

ヤマトグループ CSR報告書2011

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT 2011



宅急便ひとつに、
希望をひとつ入れて。
みんなで一歩前へ
ヤマトグループ



ヤマトホールディングス株式会社

宅急便
YAMATO TRANSPORT CO., LTD.

CONTENTS 目次

| | |
|----------|---|
| 編集方針 | 1 |
| グループ企業理念 | 2 |
| トップメッセージ | 3 |

報告

| | |
|----------------|---|
| 東日本大震災への対応について | 5 |
|----------------|---|

| | |
|------------|---|
| ピックアップ2010 | 9 |
|------------|---|

経済

| | |
|---|----|
| ヤマトグループの概要 | 11 |
| ヤマトグループ長期経営計画 「DAN-TOTSU経営計画2019」がスタート | 13 |

特集 常にお客様とともに

個人のお客様へ

| | |
|--------------------------------|----|
| より地域へ、個人へ、生活へと 宅急便は近づいていきます | 15 |
|--------------------------------|----|

法人のお客様へ

| | |
|------------------------------|----|
| 取り組んでいるのは 物流のあり方を揺るがす改革です | 17 |
|------------------------------|----|

| | |
|------------|----|
| 2010年度活動報告 | 20 |
|------------|----|

安全

| | |
|---------------|----|
| 輸送の安全を確保する | 22 |
| 安全を支える取り組み | 25 |
| 事業所における労災事故防止 | 26 |

環境

| | |
|--------------------|----|
| 2010年度実績と主要な環境投資 | 28 |
| 環境影響と環境保護活動フロー | 29 |
| 地球温暖化防止への取り組み | 30 |
| 廃棄物削減とリサイクル | 34 |
| 環境コミュニケーション・グリーン購入 | 35 |

社会

| | |
|---|----|
| 地域の皆様とともに 「社会・環境教育」「地域への貢献」「障がい者の自立支援」 | 37 |
| 社員とともに | 42 |
| お客様とともに | 45 |
| パートナーとともに | 48 |
| 株主・投資家とともに | 49 |

| | |
|----------|----|
| CSR経営の基盤 | 50 |
| 第三者意見 | 53 |

編集方針

本報告書は、「グループ企業理念」に掲げる「お客様」「社員」「パートナー」「地域の皆様」「株主」の各ステークホルダーに、CSR（企業の社会的責任）に対するヤマトグループの姿勢と取り組みについて、より理解を深めていただくために作成しました。幅広い読者の方々を想定し、見やすさ・読みやすさに重点をおいた構成になるよう努めています。

【対象期間】

2010年度（2010年4月～2011年3月）

実績データは2011年3月末のものを使用し、異なる場合は明記しています。

（活動報告については、一部に対象年度以前のもの、2011年4月以降のものを含みます。）

【対象範囲】

ヤマトグループ各社（P11参照）の環境保護に関わる活動、社会性の高い活動、経済活動。

【参考指標】

GRI「サステナビリティ レポーティング ガイドライン 2006」
環境省「環境報告ガイドライン（2007年版）」

【情報公開】

本誌内容および追加情報、訂正等は、下記ホームページにおいて公開しています。

ヤマトホールディングス（株）：<http://www.yamato-hd.co.jp>
また、財務・IRに関する詳細情報については、アニュアルレポート（年1回発行）および事業報告書（年2回発行）にて開示しています。

HP <http://www.yamato-hd.co.jp/investors/index.html>

【第三者意見】

報告書の客観性・信頼性を高めるため、第三者意見をいただいています。

【発行】

2011年9月（次回発行予定：2012年8月）

グループ企業理念

ヤマトグループは、グループ社員全員で企業理念を共有し、さまざまなステークホルダーとの対話を重ねつつ、「社会とともに持続的に発展する企業」「働く社員がいつまでも誇りと思える企業」を目指して、CSR（企業の社会的責任）を推進していきます。

「グループ企業理念」の構成図



社訓

- 一、ヤマトは我なり
- 一、運送行為は委託者の意思の延長と知るべし
- 一、思想を堅実に礼節を重んずべし

経営理念

ヤマトグループは、社会的インフラとしての宅急便ネットワークの高度化、より便利で快適な生活関連サービスの創造、革新的な物流システムの開発を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。

企業姿勢

1 お客様の満足の追求

ヤマトグループは、常にまごころを込めた良質のサービスを提供し、お客様に満足をお届けします。また、常に革新に挑戦し、生活利便の向上に役立つ新しいサービスを開発します。

2 人命の尊重

ヤマトグループは、人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。

3 働く喜びの実現

ヤマトグループは、社員各人が自律性と自発性を発揮し、常に働く喜びに満ちあふれ、社員と家族が夢と誇りの持てる企業をめざします。

4 法の遵守と公正な行動

ヤマトグループは、常に法と社会的規範、国際ルールとその精神を遵守し、高い倫理観をもって公正に行動します。また、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体との関係遮断を徹底します。

5 地域社会から信頼される企業

ヤマトグループは、地域の一員として信頼される事業活動を行うとともに、障がいのある方の自立を願い、応援します。

6 環境保護の推進

ヤマトグループは、環境問題への取り組みが人類共通の課題であると認識し、環境保護活動を自主的・積極的に推進します。

7 個人情報の保護

ヤマトグループは、個人情報・顧客情報の取り扱いに関する方針を自主的に定め、適切な管理と保護に努めます。

8 コミュニケーションの充実と共存共栄

ヤマトグループは、株主、お客様、地域の皆様、パートナー、社員とのコミュニケーションを広く行い、互いの共存共栄を実現します。

9 情報開示と説明責任の実践

ヤマトグループは、常に正確で迅速な情報開示を行い、社会から信頼される「開かれた企業」をめざします。

10 企業不祥事への対応

ヤマトグループは、万一、企業理念に反するような事態が発生した時には、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を明らかにし、原因究明と再発防止に努めます。

トップメッセージ

物流インフラを担う企業グループとして、 これからも日々お客様の満足を創造し続けます

ヤマトホールディングス株式会社
代表取締役社長

本川 真

はじめに

2011年3月11日の東日本大震災で被災されました多くの方々に、謹んでお見舞いとお悔やみを申し上げます。

ヤマトグループは、震災当日に緊急対策本部を設置し、お客様の日常生活を支える宅配事業者として宅急便の早期復旧に取り組みました。お荷物を心待ちにいただき、被災地での宅急便の再開に喜びの声を寄せてくださったお客様にはこの場をお借りいたしまして深く御礼申し上げます。

社会的使命として復興を支援

私自身も3月下旬に大船渡、陸前高田、気仙沼をまわりました。被災された住民の方々が非常に前向きに一生懸命行動されている一方、予想をはるかに超える被災地の惨状に言葉が出ませんでした。今回の震災では生活・産業基盤の損傷、とりわけ地域を支えてきた水産業・農業の被害が過去に例を見ない甚大さである事実が浮き彫りとなり、サプライチェーンの脆弱性に加え、日本の「食生活」の危機も懸念されています。今後、被災地の生活・産業基盤が再生するためには、今回の震災で浮かび上がった諸課題を見据えた大胆な発想と、息の長い支援が必要であると考えております。

こうした認識から、ヤマトグループとしてできること、取り組むべきことを考えた結果、「宅急便1個につき10円を寄付する」とし、これまで「宅急便」を育ててくださった農・水産業や地域社会の方々へ恩返しすべきとの結論にいたりました。ヤマトグループの復興支援活動は、この寄付活動に加え、救援物資輸送協力隊、社員一人ひとりが行う全社運動（P5～8参照）の3本柱で行ってまいります。

ヤマトグループのCSR活動

ヤマトグループのCSR活動は、企業理念に定める「人命の尊重」「環境保護の推進」「地域社会から信頼される企業」などの10の企業姿勢に基づき行われています。グループ全体で5万台以上の車両を保有して輸送業を営む企業グループとして、最も大切にしていることの1つが「人命尊重」です。「安全第一、営業第二」の理念のもと、輸送の安全に力を注ぎ、交通事故ゼロや労災事故ゼロに取り組んでいます（P21～26参照）。

また、「環境保護の推進」にも優先的に取り組み、地球温暖化防止とともに節電対策にも取り組んでいます（P27～35参照）。加えて、各社・各地域の事業や公益財団法人ヤマト福祉財団の活動を通して、障がいをもつ方々の雇用や自立支援、高齢者雇用の確保にも注力しています（p36～44参照）。

社会の一構成員である企業として、これからも成長し存続していくためには「企業価値」を高めていくことが不可欠です。ヤマトグループにとっての「企業価値」とは営業利益などの財務的価値に、お客様満足・社会満足・社員満足を加えた総和であると考えています。グループを取り巻くさまざまなステークホルダーの皆様に満足していただくためには、これまで培ってきた経営資源を活用し、皆様の声に耳をかたむけ、お客様に満足していただける商品・サービスを提供することであり、それと同時に社会に対するさまざまな責任を果たしていくことだと認識しています。これからも「企業価値」を高め、「社会から必要とされ続ける企業グループである」ために、ヤマトグループならではのさまざまなCSR活動を展開してまいります。



社会から一番愛され信頼される 会社となるために

本年4月より、長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」が始まりました。「DAN-TOTSU」には原点回帰の意味を含めています。ヤマトグループは宅急便がスタートして5年後の1981年から3度の「ダントツ3か年計画」を実施し、全国翌日配達ネットワークを築くなどその後の飛躍的な成長の基盤を固めました。「DAN-TOTSU経営計画2019」では基本戦略はこの原点に立ち返り、9年後の創業100周年に向けて新しい成長戦略を展開してまいります（P13～14参照）。

宅急便事業については、海外ではアジア圏のネットワークを充実させ、日本のヤマト品質を「アジア品質」として定着させていきます。安全運転や翌日配達、時間帯指定などは当然として、帽子をとって挨拶をするなど日本式のきめ細かな配送を現地でも実践しています。国内では、高齢化、過疎化、商店街の衰退による買い物困難者などの生活弱者の増加が社会問題となっています。ヤマトグループはきめ細かいネットワークを生かし、地域社会・個人の生活

により密着したサービスを提供する「生涯生活支援インフラ」（P15～16参照）を構築し、地域活性化のお役に立ちたいと考えています。

また宅急便以外のノンデリバリー事業においては、既存のビジネスモデルの強化・充実を図るとともに、ヤマトの強みであるIT（情報）機能・LT（物流）機能・FT（決済）機能を駆使した他社には真似のできない新たな事業を創出してまいります。これには、2011年1月に着工した物流ターミナル「羽田クロノゲート」が日本の物流ターミナルシステムを変える起爆剤として重要な役割を果たすこととなります（P18参照）。

私たちヤマトグループは、常にお客様へ「満足」を提供することを通して、より良い社会の構築に取り組んでいます。日本で、そしてアジアでも「社会から一番愛され信頼される会社」になることを目指して、たゆまぬ努力を続けてまいります。今後とも、いっそうのご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

東日本大震災への対応について

東日本大震災は、東北を中心に壊滅的な被害をもたらしました。被災地の復興には、息の長い支援が必要です。

ヤマトグループでは、社会的インフラとしての使命を果たし、地域の復興支援活動を通じて日本を元気にするために、グループ社員の心をひとつにし、全社運動を展開しています。

復興支援活動は、3つのアクションで構成しています。

- ①「救援物資輸送協力隊」を軸とした、被災地での輸送協力活動
- ②被災地復興のための支援金の提供「宅急便1個につき10円の寄付」
- ③社員一人ひとりが復興支援に向けてできることを考え実行すること（ボランティア・節電など）



津波の被害に遭った宅急便集配車



津波により一部損壊したセンターで営業を再開。
押し流された民家によりシャッターが破られている



メッセージの書かれた宅急便。
私たちは思いを届けています

宅急便ネットワークの復旧

——総力をあげた社会的インフラの維持

2011年3月11日、東日本大震災発生。

被害が特に深刻だった岩手県、宮城県、福島県、茨城県内ではヤマト運輸(株)の事業所9店が全壊し、5店が使用不能の半壊に陥りました。同日から、東北地方および北海道における宅急便サービスを停止。

電力、通信網が断絶し、車両燃料の確保も困難な状況下で、現地社員および全国各地から駆けつけた応援部隊の努力により、北海道、青森県・秋田県・山形県と、日々サービスの再開地域を広げ、発生から10日後の3月21日には岩手県・宮城県・福島県の125店においても、事業所への持ちこみ荷物の受付と事業所止め荷物の受け渡しという形で再開し、全国ネットワークを復旧させました。

まず、被災地の社員たちが動いた

——ラストワンマイルを担う者の使命として

被災地では大きな問題が未解決でした。全国から寄せられる救援物資が自治体の集積場や大きな避難所まで届いても、そこから先に点在する小さな避難所や自宅避難者までうまく届いていなかったのです。

現地の社員たちはこの問題にいち早く気づき、震災発生から3～4日後にはそれぞれ自主的に行動を起こしました。

宮城県気仙沼市では、避難所に暮らすセールスドライバーたちが、救援物資が日に1～2回しか届けられないことから市役所の混乱を推測し、市に申し出て集積場の物資を分類し在庫を管理。同時に、避難所を効率的に回る配送ルートや、どこにどれだけ物資を配るかという計画を立て、3月21日より1日4回の配送を始めました。

岩手県釜石市でも、被災した社員たちが市から避難所のリストをもらい、配送ルートを独自に作成。市に提案し、ボランティアで配送しました。



救援物資を積んで各避難所を回る宅急便の集配車（3月23日宮城県南三陸町）（写真提供／朝日新聞社）



待っている人がいる。
ガレキの中を進み、1つずつ配達します



通りかかったお客様から手を振られました



全国各地から応援社員が集結

他の地域でも、ヤマトグループ社員による同様のボランティア配送が同時多発的に始まっていました。ラストワンマイルを担い、地域の状況を熟知したヤマトのセールスドライバーならではの行動です。

救援物資輸送協力隊

——動き出した現場を本社が直ちに支援

こうした動きを知ったヤマト運輸の本社は23日、直ちに従来の宅急便の組織とは別に「救援物資輸送協力隊」を組織し、現場独自の活動を全面的にバックアップすることを表明しました。

救援物資輸送協力隊は、岩手県・宮城県・福島県3県の自治体と連携を取り、自衛隊と協力しながら、本社から派遣した「隊長」の指揮のもと現地社員と全国からの応援社員が、集積場の救援物資の仕分けや避難所・集落・施設などへの配送を行うものです。

きめ細かくスピーディに配送する仕組みが整っていく中で、自宅避難者についてもドライバーが同じ地域の避難所

と一緒に人数やニーズを把握し、まとめて避難所に届けるなど、現場に即した方法が確立されていきました。

自衛隊が派遣規模を縮小した後も、気仙沼市の救援物資の仕分けや配送は、市と業務委託契約を結んだヤマト運輸が、ヤマトシステム開発(株)、ヤマトロジスティクス(株)そしてヤマトグループの人材派遣会社ヤマト・スタッフ・サプライ(株)に雇用された地元スタッフとともにしています。7月末現在、救援物資輸送協力隊への参加人数は、延べ11,450名、稼働車両数は、延べ3,589台となりました。

ヤマトグループは、今後も総力を挙げて社会的インフラである物流ネットワークを維持し、輸送を通じて、被災地の復興を支援していきます。



救援物資輸送協力隊を組織。被災地域の自治体や自衛隊と連携して救援物資の輸送を担当しました

宅急便1個につき10円の寄付

——宅急便35年間の恩返し

この度の震災は、被災地の生活や産業を根こそぎ破壊しました。特に水産業・農業の被害は日本の「食」を危機に陥れかねないほど甚大で、一日も早く復興に取り組まなければなりません。

しかし、産業の復興には長い時間と莫大な費用が必要です。そこでヤマトグループとして力になれる方法を模索した結果、地域の生活基盤の復興と水産業・農業の再生のための継続的な支援として、「宅急便1個につき10円の寄付を1年間継続する」ことを決めました。

これに伴う運賃表の変更は行わず、収益から寄付します。1年間に取り扱う宅急便は約13億個ですから、130億円を超える金額、純利益の4割程度を寄付することになります。一企業として捻出できる限界の金額とも思われますが、宅急便を35年間育ててくださった東北の地域・社会・産業への恩返しと思って、やり通す決意です。

寄付の基本的な仕組みや提供先については、検討・調整を重ねた結果、公益財団法人「ヤマト福祉財団」(P41参照)に全額寄付することを決めました。同財団では、新たに、「東日本大震災 生活・産業基盤復興再生募金」を開始。ヤマトグループ以外にも広く寄付を募ります。これに関する同財団への寄付金は、財務大臣の承認により、寄付者が非課税で寄付できる「指定寄附金」となりました。これにより、寄付金の全額を被災地支援に充てることができるようになりました。ヤマト福祉財団は、寄付金の使い道の妥当性・客観性を確保するために第三者の専門家で構成する「復興支援選考委員会」を発足させました。被災された地方自治体などからの申請・意見を汲みながら被災地の生活復興と

水産業・農業の再生事業を継続的に助成していきます。



4月7日、記者会見にてヤマトホールディングスの木川社長は、「宅急便開始から35年間、地域密着でやってきた恩返し」と述べました

「みんなで一歩前へ」

——一人ひとりができることを考え、実行する

4月、ヤマトグループは被災地の復興支援に向けたスローガンの社内公募を行い、応募総数8,558件から「みんなで一歩前へ」に決定しました。グループ社員一人ひとりが、被災地支援と復興へ向けてできることを考え、実行しようという決意を込めたものです。

このスローガンのもと、社員が被災地でのボランティア活動に参加しやすい環境を整えたり、震災の影響による今夏の電気不足に対する節電運動の実施など、全社で取り組めることを次々と進めています。

また、2011年度の1年間、グループ全社員が「宅急便ひとつに、希望をひとつ入れて。」のワッペンや車体ステッカーなどをつけて業務を行うことにより、ヤマトグループの復興支援に向けた思いを共有しています。



震災直後の自発的な配送ボランティアも、救援物資輸送協力隊や「宅急便1個につき10円の寄付」も、物流というヤマト本来の業務の延長線上にあります。業務の特性を活かした、現実的な行動でもあります。

普段通りの仕事をきちんとこなすことが、ささやかであっても被災地の復興につながる——私たちはそう信じ、私たちのできることを続けていきます。



全国のグループ社員が被災地でのボランティア活動に積極的に参加しています



グループ各社の取り組み

文化庁の「文化財レスキュー事業」に協力(ヤマトロジスティクス(株))

ヤマトロジスティクス(株)の美術品輸送カンパニーは、被災した文化財等を救出する文化庁の「東北地方太平洋沖地震被災文化財等救援事業(文化財レスキュー事業)」に協力しました。

これは、緊急に保全措置が必要な美術品や歴史資料、有形民俗文化財等を対象に、応急措置を施した上で周辺地域の安全な施設に移送・保管する事業で、同カンパニーは2011年7月現在、石巻市で歴史資料、名取市で仏像など延べ11回の移送を行いました。



材質や形に応じ最適な梱包をし、防湿・定温装置を備えた美術品輸送用車両で移送します

お客様からの声

宅急便を利用されたり、新聞やテレビでの報道をご覧になったお客様から、たくさんの温かい声をいただきました。一部をご紹介します。

地震の日に倉庫を開けてストーブをつけてくれた。子どもたちにはジュースをくれた。赤ちゃんのミルクのためにお湯を沸かしてくれた。泉中央支店の皆さん、ありがとう！（宮城県仙台市・女性）

私は仙台市若林区に住んでいます。今日、ヤマトさんから荷物を届けていただきました。これで日本中とつながれると思うと、とてもホッとしました。

（宮城県仙台市・女性）



仙台に送った荷物が届きました。先方は「命が繋がった」と本当に感謝してくれています。御社の力を借りて仲間の命を救うことができました。まだまだ大変ですが、これからも国民の力になって日本を支えてください。

（三重県名張市・男性）

救援物資輸送協力隊の報道を見ました。御社のように、社会的責任を進んで果たしてくださる企業が日本を支えているのだと思います。何度お礼を言ってもつきません。どうぞお体に気をつけて、たくさんの人を救ってください。

（東京都世田谷区・女性）



先日テレビで、泥だらけ（いつもは真っ白でぴかぴかなのに）のクロネコヤマトのトラックが支援物資を運んでいる映像を見ました。地域をよく知るドライバーだからこそできること……。私もよく集荷・配達に来る方を知っていますので、荷物を受け取る側も安心だなあと思いました。

（匿名）

被災地への荷物、思ったよりずっと早く届きました。つらい思いをしていた義母たちが泣いて喜んでいました。ありがとう。（匿名）

宮城県の両親に送った荷物。翌日の到着に驚きました！食べ物が届いたといううれしさもありますが、それ以上に「心」が救われたような気がします。心から心から感謝申し上げます。（神奈川県・匿名）



迅速な復旧、ありがとうございます。我々の想いと荷物を、笑顔と元気とともに被災地に届けてください。現場で働く社員の方・サポートする社員の方すべてに感謝いたします。（匿名）

ヤマトグループ各社は、それぞれに本業を通じた復興支援に取り組んでいます。その中から2件の事例をご紹介します。

被災地で出張リサイクル市（ヤマトホームコンビニエンス(株)）

引越事業等を展開するヤマトホームコンビニエンス(株)は、引越の際に引き取った家具や家電品を再生し、全国の自社リサイクルセンターで販売しています。震災後、仙台リサイクルセンターに石巻市など遠方からのお客様が増えたため被災地を視察したところ、仮設住宅等で仮住まい、ご自宅への帰宅、避難所生活などそれぞれの環境で家電品が不足していることが判明。そこで4月26日の石巻市を皮切りに、気仙沼市、大船渡市、陸前高田市等の被災地で計14回出張販売を実施しました。今後もリサイクル家財を通して被災した方々の生活支援を続けていく予定です。

（被災地仮設住宅への家電設置については、P47をご参照ください。）



ヤマト運輸のセンター敷地の一部を借りて開店

2010年5月



銀座に新形態のセンターが誕生

——より地域やお客様に喜んでいただくために

2010年5月26日、ヤマト運輸(株)は、ヤマト創業の地・銀座にコンセプトセンター「銀座紺屋橋センター」をオープンしました。お客様・社会・社員満足を徹底的に追求してできた新形態のセンターです。店舗は黒を基調とするシックなデザイン。女性集配スタッフ“プレミアムキャスト”が、案内や清掃など地域貢献活動も行っていきます。

お客様に喜んでいただけるよう、笑顔と思いやりをもって業務に取り組んでいます。街で声を掛けていただいたり、「ありがとう」と言っていただけることがとてもうれしいです。
プレミアムキャスト 室井 さゆり



5月



「玄関先電子マネー決済」のサービスを拡大

——国内主要電子マネーのほぼ100%を網羅

2010年5月23日、ヤマト運輸(株)では各地域で使用されている「Suica」「ICOCA」など交通系電子マネーのご利用が可能になりました。すでに対応している「nanaco」「Edy」「WAON」+交通系電子マネーを1台のモバイル端末で決済できるサービスは、業界で初めてとなります。

電子マネーをご利用いただけるのは、宅急便・クロネコメール便の運賃や通販商品の代金お支払い*などで、お客様はヤマト運輸直営店又はお客様の玄関先で、セールスドライバーが持つモバイル端末へ電子マネーカードをかざしていただくことでお支払いができます。

*通販会社との契約がなされている商品が対象となります。

10月



軽商用電気自動車の実証走行試験スタート

——商用自動車次世代化への大きな一歩

ガソリンを消費せず、走行時にCO₂や大気汚染物質を排出しない電気自動車(以下、EV)は、低炭素社会実現を推進する「究極のエコカー」です。

車両のエコ化に継続して取り組むヤマト運輸(株)では、現状で最もEVに向くと考えられる近距離輸送への導入を検討。三菱自動車工業株式会社と共同で2010年10月15日より、東京・羽田地区において軽商用EVの実証走行試験をスタートしました。

(100台発注にいたるその後の経過についてはP31をご参照ください。)

2011年1月



「羽田クロノゲート」着工

——ヤマトグループの機能を結集した一大ターミナル

ヤマトグループは、アジア圏の一貫物流を実現し、アジア全域のお客様の利便性をさらに向上させるための統合ターミナルとして、また、ヤマトグループの企業理念を具現化した革新的なターミナルとして、2011年1月、「羽田クロノゲート」を着工しました。

羽田空港に隣接する約10万平米の敷地に建設されるこの国内最大級のターミナルには、ヤマトグループの多様な機能を集約。アジア全域における調達から生産、流通まで、効率的なネットワークの確立を目指しています(P18参照)。



「Necofit12」が「2010グッドデザイン賞」受賞 ——機能性・デザイン性・環境性に評価

ヤマト包装技術研究所(株)のリターナブル包装資材、ノートパソコン用FLIX「Necofit12」が「2010グッドデザイン賞」を受賞しました。これは、大きささまざまな製品の形状に合わせて何度も固定と緩衝が可能な内装（FLIX）を採用し、製品を「置く」、「包む」、「空気を抜く」の3ステップで確実に簡単に包装する梱包システムです。審査では、大切な精密機器を確実に破損なく輸送できるリターナブル梱包システム、現場からの意見を素直に形にしたデザイン、資源を大切にせる企業姿勢などが高い評価をいただきました。

「ヤマトグループ健康宣言」を策定 ——「健康づくり」に取り組む社員を応援します

社員が心身ともに健康であることは、企業としての力の礎となります。ヤマトグループでは、社員が元気で働く喜びに満ち溢れ、豊かな社会の実現に貢献できるよう、「ヤマトグループ健康宣言」を策定しました。

取り組みの柱は「生活習慣病への取り組み」「メンタルヘルスへの取り組み」「禁煙への取り組み」の3本。グループ



としての健康増進事業を推進し、社員一人ひとりの健康意識を高めることにより、元気で活力ある職場を実現し、お客様の満足向上を目指していきます。



フード・アクション・ニッポンアワード2010優秀賞を受賞 ——地方の名産品を宅急便で全国の消費者にお届け

ヤマト運輸(株)の宅急便ネットワークを活用した離島の産地直送が、食料自給率向上に向けた国民運動「フード・アクション・ニッポン」のアワード2010「製造・流通・システム部門」で優秀賞を受賞しました。日本の、人が住むすべての離島をカバーする宅急便。毎月数十万個以上の離島発送の宅急便を通して、島の産物を全国の消費者にお届けしています。また、ヤマトシステム開発(株)の特産品の仕入先開拓サイト「クロネコ・バイヤーズダイレクト」も入賞。ともに地域の活性化への貢献が期待されています。

写真は離島の産地直送。左下は受賞を喜ぶヤマトシステム開発e-通販ソリューションカンパニーのメンバー



香港でも宅急便事業がスタート ——アジア全域に物流のグローバルネットワークを構築

2011年2月、ヤマトグループは香港での宅急便事業をスタートしました。すでに宅急便事業を展開している台湾・上海・シンガポールと同様に、日本で培った「クール宅急便」「時間帯お届けサービス」「代金引換サービス」など高品質なサービスを実施しています。

今後は、アジア全域における宅急便を含む物流のグローバルネットワーク構築を加速させ、アジアの皆様へ「宅急便が来て生活が便利になった」「宅急便で商売が繁盛した」と言ってもらえるよう、効率的で高品質な物流サービスの提供に努めていきます。

ヤマトグループの概要

ヤマトグループは、純粋持株会社であるヤマトホールディングス(株)のもとで、5つの事業フォーメーションを構成しています。グループの経営資源を活かして、2011年4月よりスタートした長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」を推進し、よりいっそうの企業価値の向上に努めます。

会社概要

(2011年3月31日現在)

| | | | |
|-------|-----------------------------|------|--|
| 商号 | ヤマトホールディングス株式会社 | 社員数 | 172,898名 |
| 本店所在地 | 〒104-8125 東京都中央区銀座二丁目16番10号 | 事業内容 | 貨物自動車輸送業はじめ各種事業を営む会社の株式を所有し、経営管理およびそれに附随する業務を行う。 |
| 創業 | 1919(大正8)年11月29日 | | |
| 設立 | 1929(昭和4)年4月9日 | | |
| 資本金 | 127,234,791,077円 | | |

ヤマトグループの事業フォーメーション

(会社名は2011年3月31日現在)

デリバリー フォーメーション

宅急便・クロネコメール便を中心とした小口貨物輸送事業および国内の航空貨物輸送事業を担うヤマトグループ総合力の源。

ヤマト運輸(株)、ヤマトグローバルエクスプレス(株)、エクスプレスネットワーク(株)、沖縄ヤマト運輸(株)、ヤマトダイアログ&メディア(株)
雅瑪多(中国)運輸有限公司/YAMATO TRANSPORT(S)PTE. LTD /雅瑪多運輸(香港)有限公司



BIZ-ロジ フォーメーション

ロジスティクス事業を中心に、海外現地法人とも連携し、効率的・発展的な「モノ」の流れと保管に関するサービスを提供。

ヤマトロジスティクス(株)、ヤマトグローバルロジスティクスジャパン(株)、ヤマトパッキングサービス(株)、ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株)、ヤマト包装技術研究所(株)、湖南工業(株)
YAMATO TRANSPORT U.S.A., INC. / YAMATO TRANSPORT EUROPE B.V. / 雅瑪多國際物流有限公司 / 上海外高橋保稅區物流園區 雅瑪多倉儲有限公司 / 雅瑪多國際物流(香港)有限公司 / 台灣雅瑪多國際物流股份有限公司 / YAMATO ASIA PTE. LTD. / YAMATO UNYU (THAILAND) CO., LTD. / YAMATO TRANSPORT (M) SDN. BHD. / YAMATO LOGISTICS INDIA PVT. LTD.



ホームコンビニエンス フォーメーション

引越事業、家具・家電の配送・設置事業、食料品等の生活必需品の販売事業を展開。
ヤマトホームコンビニエンス(株)



e-ビジネス フォーメーション

情報システム開発・システムパッケージ販売を展開。ヤマトグループを支える知見を内外に提供。
ヤマトシステム開発(株)、ヤマトキャリアサービス(株)、ヤマトコンタクトサービス(株)



フィナンシャル フォーメーション

物流における商品配達時の代金回収・決済に関する事業や総合リース事業を展開。
ヤマトフィナンシャル(株)、ヤマトリース(株)、ファイナクレジット(株)
YAMATO PAYMENT SERVICE (S) PTE. LTD / 雅瑪多客樂得(香港)有限公司



トラックメンテナンス事業

車両整備事業、車両管理システムや各種保険をトラック・バス事業者向けに提供。
ヤマトオートワークス(株)、ヤマトオートワークス岩手(株)、ヤマトオートワークス北信越(株)、ヤマトオートワークス四国(株)、ヤマトオートワークス沖縄(株)



その他

中長距離の幹線輸送事業、グループの事業を集約・統一したシェアードサービスを提供。

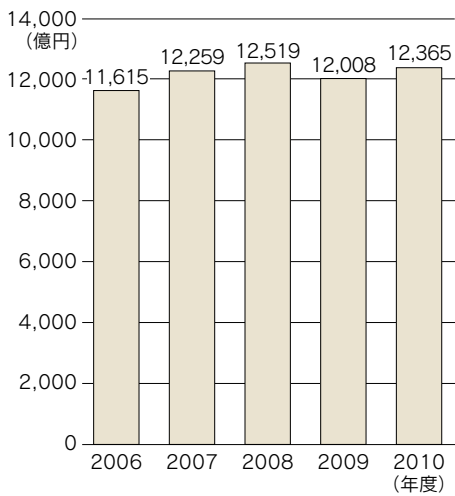
ボックスチャーター(株)、ヤマトボックスチャーター(株)、ヤマト・スタッフ・サブライ(株)、ヤマトマネージメントサービス(株)、ヤマトマルチチャーター(株)、神戸ヤマト運輸(株)、(株)スワン

各種団体

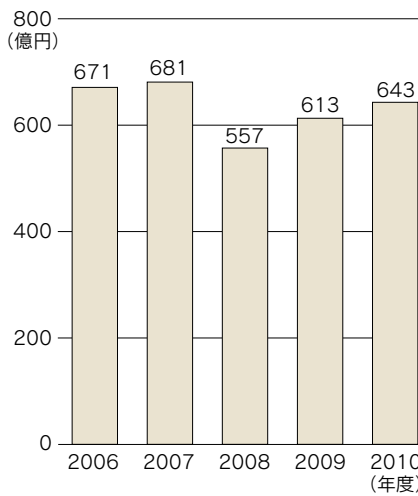
グループでの福祉事業推進および、福利厚生を担います。
ヤマトグループ企業年金基金、ヤマトグループ健康保険組合、財団法人ヤマト福祉財団、社会福祉法人ヤマト自立センター

事業データ

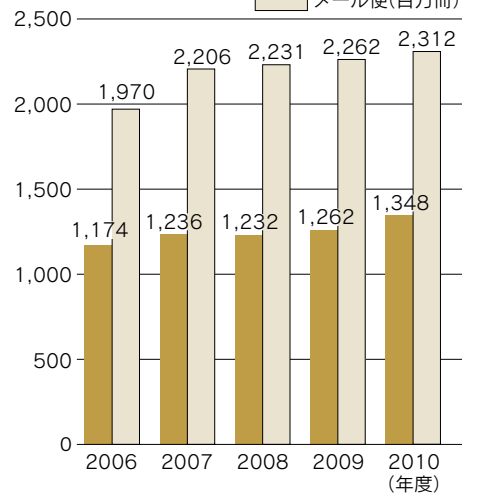
■ 営業収益 (連結)



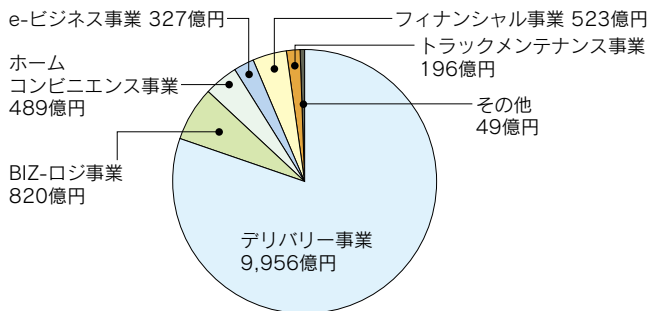
■ 営業利益 (連結)



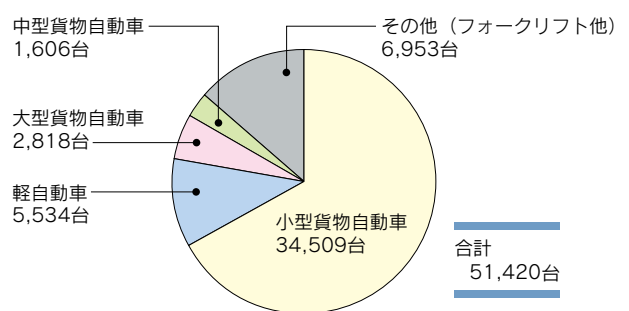
■ 小口貨物取扱個数



■ 2010年度営業収益構成比 (連結)



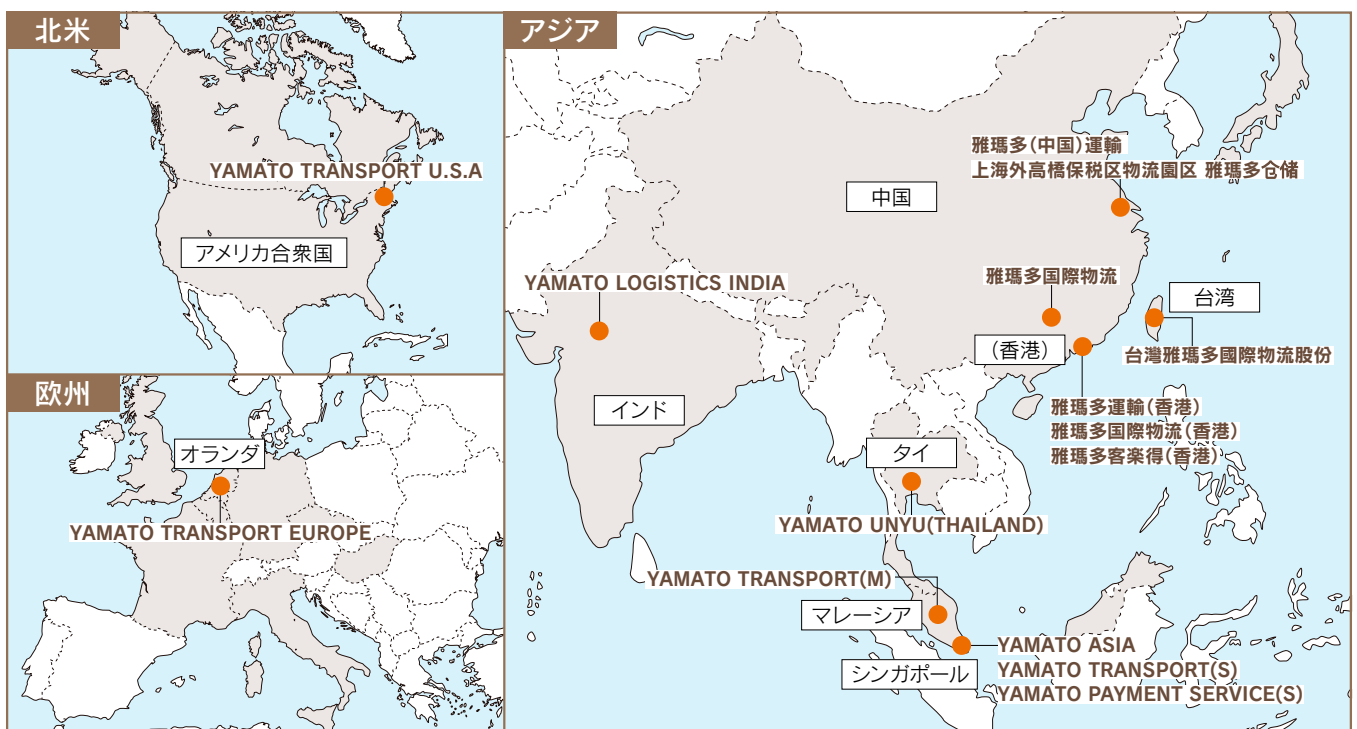
■ 車両構成比 (連結)



※社員データについてはP42をご参照ください。

海外への事業展開

ヤマトグループの海外現地法人は15社。現在、世界21カ国に展開しています。アジア圏各国との経済的な壁が少しずつ低くなっていく将来を見すえ、宅急便を中心にグループ全体で海外事業の強化を進めています。



ヤマトグループ長期経営計画 「DAN-TOTSU経営計画2019」がスタート

創業100周年を迎える2019年にヤマトグループが目指す姿は、
「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」です

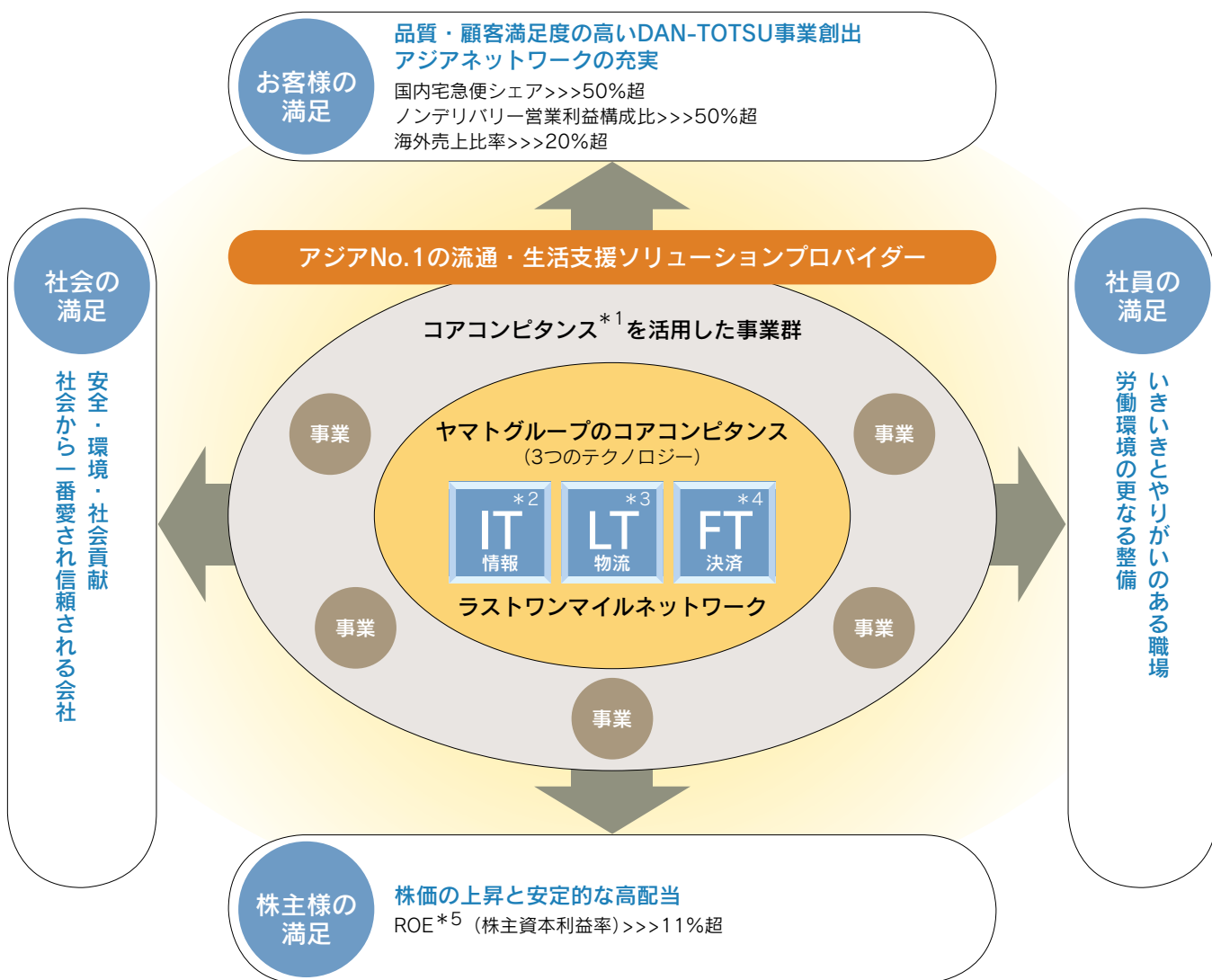
2019年に創業100周年を迎えるヤマトグループは、その際にあるべき姿を「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」と定め、ソリューション力、配送品質、顧客満足ともにアジアで断然トップ（ダントツ／DAN-TOTSU）の地位を確立することを目指します。

アジアのGDPは2020年には約2,000兆円に達し、今後、グループを取り巻く経営環境は物流のボーダレス化が

急速に進展すると考えられます。一方、国内では高齢化、過疎化といった人口構造の急激な変化に伴い、生活者を支援するサービスへの要望が高まりつつあります。

こうした中でヤマトグループは、2019年までの9年間、長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」をHOP・STEP・JUMPの3段階で展開し、日々お客様満足を創造し続けながら企業価値向上に努めていきます。

「DAN-TOTSU経営計画2019」戦略コンセプトマップ



*1 コアコンピタンス：他社にはまねできない核となる能力。

*2 IT：Information Technology *3 LT：Logistics Technology *4 FT：Financial Technology

*5 ROE：Return on Equity 純利益÷株主資本で、どれだけ効率のよい経営を行うことができたかを表す指標。ROEの数値が高いほど効率的に経営を行っていることを示す。

※長期経営計画詳細については、ホームページをご参照ください。 [HP](http://www.yamato-hd.co.jp/company/plan/index.html) <http://www.yamato-hd.co.jp/company/plan/index.html>

「DAN-TOTSU経営計画2019」基本戦略と重点実施事項

基本戦略

- 1 テリバリー：宅急便の成長力の復活による、ノンテリバリー事業の成長原資の確保
- 2 ノンテリバリー：事業の創出と、成長力の加速
- 3 ガバナンスの強化とCSRの推進

重点実施事項

基本戦略

1

- (1) 宅急便の成長力を生み出すイノベーションの実行
 - ①アジアネットワークの充実
 - ②宅急便の商品性高度化
 - ③地域社会に密着した生涯生活支援プラットフォームの確立
- (2) 高い利益率を生み出すコスト構造改革の実行

基本戦略

2

- (1) コアコンピタンスを活かしたオンリーワンソリューション事業の創出
- (2) グローバル流通プラットフォームの構築

基本戦略

3

- (1) 重複事業の整理、フォーメーションの見直しなど
- (2) マトリクス組織運営強化に伴う管理会計の高度化
- (3) フルデジタル化推進と、ITを活用した事業支援体制の完成
- (4) マネジメント人材の育成、ダイバーシティー戦略の推進
- (5) 環境施策、安全施策、社会貢献の取り組み強化

中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画 HOP」(2011～2013年度)

「DAN-TOTSU経営計画2019」の達成に向けて、ヤマトグループでは、2013年度までの中期経営計画「DAN-TOTSU3か年計画 HOP」を策定しました。この3年間は、積極投資を通じた新たな成長機会の創出に努めながら、グループ内の構造改革を断行し、基盤

強化を図ります。

続く2014～2016年度(STEP)では新たな成長路線を確かなものとし、2019年度までの最後の3年間(JUMP)で、事業の深化を図りながら企業価値を最大化する計画です。

「DAN-TOTSU 3か年計画 HOP」重点項目

宅急便のイノベーションによる新たな成長機会と原資の獲得

集中投資によるノンテリバリー事業の強化

事業組織の見直しや管理体制の確立によるガバナンスの強化

事業推進とCSRの両立

財務戦略の着実な遂行による企業価値の拡大

より地域へ、個人へ、生活へと 宅急便は近づいていきます

「DAN-TOTSU経営計画2019」で掲げる、ヤマトグループが国内において2019年に目指す姿は、「生涯生活支援インフラ」＝「社会から一番愛され信頼される会社」です。

物流にとどまらず、少子高齢化・過疎化といった社会構造の変化や地域特性に合わせたローカルサービスを提供して、ヤマトはより地域へ、個人へ、生活へと近づき、お客様にとってなくてはならない存在になりたいと考えています。

全国にきめ細かなネットワークをもち、ラストワンマイルを担うヤマトだからこそできること。

企業理念である「豊かな社会の実現」に向けて、ヤマトグループはさらに大きく進化します。

人

「ヤマトは我なり」を胸に お客様の満足を追求

グループ社員 約**17**万人

ヤマトグループ全社員が、「ヤマトは我なり」の社訓を胸に、お客様の満足を日々考えつつ業務に励んでいます。



“ヤマトの顔”ともいえるセールスドライバー。集配では安全第一。環境への配慮も忘れません

店頭でお荷物をお預かりするゲストオペレーター。いつも笑顔です



システム

進化を続けるIT機能 第7次NEKOシステム

一人ひとりのお客様のご要望にお応えする、より便利で豊かなサービスをお届けするため、ヤマトグループの情報システムは日々進化を続けています。



2010年1月に運用を開始した情報基幹システム「第7次NEKOシステム」で導入した携帯端末



お客様はICカードや携帯電話の電子マネーをこの端末にかざすだけで宅急便・メール便運賃などのお支払いを完了できます

インフラ

細やかに 日本全国をカバーする ネットワーク

取扱店 約**25万5**千店 車両 約**5**万台

センター(直営店) 約**4,000**店

地域ごとに拠点を置くことで、“いつでも何度でも行くことができる”高密度ネットワークが完成しました。



「お客様のより近くで、より高品質なサービスを」と考え、センターの多店舗化を進めてきました



事業に欠くことのできない車両については、低公害車の導入など環境への配慮を進めています

生涯生活支援 インフラ

さらに
お客様の近くへ

圧倒的なサービスの提供
満足の創出

お買い物支援と高齢者
見守りが各地で始まっ
ています

一人ひとりのお客様にもっと近づき、それぞれにご満足をお届けしたい

お客様の一番身近なインフラとなる

宅急便が世に出て35年がたち、おかげさまで今では「社会的インフラ」との評価をいただくまでになりました。特に今回の震災後、10日で宅急便の全国ネットワークを復旧した時には、多くのお客様から「日常が戻ってきたように感じ、涙した」などの声をいただき、身の引き締まる思いでした。

「DAN-TOTSU経営計画2019」で「生涯生活支援インフラ」と掲げたのは、ヤマトが物流の分野におけるインフラにとどまらず、お客様の一番身近なインフラとなって、人生のあらゆるシーンで一人ひとりの生活を豊かにするためのサービスを提供する企業になろうということです。

このような発想は、やはり、「運送行為は委託者の意思の延長と知るべし」というヤマトの思想上にあるものだと思います。宅急便はもともと個人のお客様を対象としており、そこで圧倒的なサービスを提供することを目指してきました。自社社員のセールスドライバー約5万5,000人による集配、建屋で約4,000店の集配拠点、次々と刷新されるITなど、機能拡張を凶ってきたのは、一人ひとりのお客様にもっと近づき、それぞれにご満足をお届けしたいという気持ちの表れです。

その気持ちをもって、ヤマトは今後、法人のお客様へは「総合流通ソリューションプロバイダー」を、個人のお客様へは「生涯生活支援インフラ」を目指していきます。

グループ連携のもとに

「総合流通ソリューションプロバイダー」の取り組みにあたっては、ヤマトグループ内の連携が不可欠です。今、活発化しているのが「ジョイントセールsteam」による活動。グループ

会社から召集されたメンバーが集まって、1つの案件に対してどういうソリューションを提供したらいいかを検討し合い、直接お客様に渉外を行う営業部隊です。お互いこれまでの営業で培ったノウハウを出し合い活発に意見を交わすことで、画期的な道筋が見えてきたりもします。

「生涯生活支援インフラ」という面では、システム化はまだですが「買い物困難地域におけるネットスーパー事業の支援サービス」「独居高齢者見守り」などの取り組みが一部地域で始まりました。地域活性化への一翼を担う活動ともなりそうです。少子高齢化や国内宅配市場の成長率低下などの社会情勢にあって、宅急便に軸足を置いたサービスからスタートし、新しい分野にどんどん踏み出していきながら、宅急便のネットワークを維持し、さらに強いものにしていく、それがまた新たなサービスにつながる——そういう良い循環を作っていきたいと思います。

ヤマト運輸(株)
営業戦略部長
佐々木 勉





取り組んでいるのは 物流のあり方を揺るがす 改革です

アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダーへ

宅急便事業のアジア展開を加速し、それぞれの地域を結んで、集荷から配達までを担うヤマトのネットワークを構築。さらに、グループの力を結集してさまざまなソリューションを開発・提供し、2019年にはアジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダーとなることを目指します。

アジアに広がる宅急便

2010年より、ヤマトグループは、宅急便のネットワークをアジアに広げ始めました。2010年1月にシンガポールと上海（中国）、2011年2月には香港で宅急便事業をスタート。2011年秋にはマレーシアでも開始を予定し、ASEAN（東南アジア諸国連合）諸国などへのアジアネットワークを広域化していく計画です。

事業開始地域では、ゼロからの立ち上げ、生活習慣や文化の違いなどによる苦勞の連続を乗り越えて、徐々に「宅急便」への評価は高まり、認知度も上がってきました。「クール宅急便」「時間帯お届けサービス」「代金引換サービス」など、今まで海外にはなかった多彩なサービスを、圧倒的な配達品質でお届けすること、そして、現地採用のセールスドライバーたちのサービス接遇（笑顔、礼儀、身だしなみなど）の良さが高い評価を支えています。

アジアでのネットワークを拡大しつつ、今後は既存の宅急便ネットワークと事業展開エリア、さらには事業展開エリア同士をつなぐ国際宅急便も随時販売していきます。このような取り組みにより、最終的には「宅急便をアジアの品質標準にすることが、ヤマトグループの願いです。

グループ連携で新たな事業を創出

一方で、宅急便以外のノンデリバリー事業の拡大にも取り組んでいます。2010年度のノンデリバリー事業の営業利益構成比率は約38%ですが、2019年度には50%超まで高める計画です。グループ各社はそれぞれ独自のノウハウや技術を保有しており、それをさまざまに組み合わせることで、新たな商品・サービスの創出を目指しています。その中でも今、力を注いでいるのが、お客様の悩み・課題を解決するソリューションビジネスです。

ヤマト運輸(株)の、ラストワンマイルまでを担う最強のLT（物流技術）に、各社の培ったIT（情報技術）、FT（金融技術）を組み合わせれば、モノの流れ、情報の流れ、お金の流れを効率化して、問題を解決するソリューションを開発することができます。商品を受け取るお客様の満足度を大幅に向上させ、流通コストを大幅に削減することも可能となります。

ヤマトホールディングス(株)では、2010年10月、グループ各社の機能を束ねて最適なソリューションを提供するための専任組織「ソリューション・ラボ」を設置、2011年1月には企業向けのソリューション事例紹介サイト「Yamato Solutions.com」を開設しました。

現在すでに稼働しているソリューションには、消費者の利

ヤマトグループの機能を結集し、
アジア圏の一貫物流を実現

「羽田クロノゲート」

国内最大級の総合ターミナル

2011年1月に着工した「羽田クロノゲート」は、アジア経済圏の中核空港としての役割が期待される羽田空港に隣接して、ヤマトグループが建設する国内最大級の総合ターミナルです。東京港や横浜港にも近く、高速道路や鉄道にも容易にアクセスできる立地に大型拠点を設けることで、日本を含むアジア全域における調達から生産、流通までの効率的な一貫物流を実現し、企業と生活者の利便性の向上を目指します。

4つのプラットフォーム

物流棟にはヤマト運輸、ヤマトロジスティクスなどグループ会社10社が入居し、ヤマトグループがもつ多様な機能を集約して、以下の4つのプラットフォームを提供していく計画です。

- ①最終加工機能を流通の流れに取り込むプラットフォーム
- ②スピードが重要な荷物を対象とする最速の流通プラットフォーム



「和の里パーク」には、「スワンカフェ・ベーカリー」(P41参照)や地域の方々にご利用いただく託児所、体育館のほか、里山を模した広場を配置し、憩いの場所として、また災害時の避難場所としてご活用いただく計画です

- ③修理・リコールなどに対応する回収プラットフォーム
- ④24時間体制の通関機能を活用してグローバルな物流をダイレクトに結ぶプラットフォーム

地域貢献ゾーンを併設

また、地域との共存共栄を図るヤマトグループの企業理念を具現化するターミナルとして、施設内の大規模な緑地化や最新の環境設備の導入に加え、地域貢献ゾーン「和の里パーク」を併設し、地域社会へ貢献していきます。

便性を追求するとともに通販事業者の利益を向上させる「通販」ソリューション、輸出入のコストを削減し、リードタイムを大幅に短縮する「グローバルダイレクト」ソリューション、ネットスーパーを“安く、早く、広く”開店する「ネットスーパー」ソリューションなど8つの事業があり、今後も新たなソリューション開発に挑戦していきます。

戦略の要となる「羽田クロノゲート」

アジアへの宅急便ネットワークの拡大と、ノンデリバリー事業の新たなソリューションビジネスの創出に重要な役割を果たすのが、「羽田クロノゲート」です。

クロノス(ギリシャ神話の時空間の神)とゲトウェイ(玄関)を組み合わせ命名したこの大型物流ターミナルには、ヤマト運輸、ヤマトロジスティクス(株)などグループ会社10社が入居し、ヤマトグループの多様な機能を一元的に集約。アジアと日本を1つの経済圏として捉え、物とお金と情報がシームレスに行き来する結節点として、壮大な規模と最新設備のもとに次世代の物流を提供していきます。

この羽田クロノゲートを拠点として、ヤマトグループはお客様のサプライチェーンマネジメントを全面的に支援し、2019年には「アジアNo.1の流通・生活支援ソリューションプロバイダー」であるために、たゆまぬ努力を続けていきます。

お客様はどのようにして課題を解決されたのか 「Yamato Solutions.com」

「Yamato Solutions.com」は、ヤマトグループのソリューションを紹介する法人向けポータルサイトです。国内外に広がるヤマトグループ独自のソリューションの舞台裏やノウハウを、動画や導入企業ご担当者へのインタビューを交えて掲載しています。

ヤマトグループはこのサイトを通じて、現状のソリューション取り組み事例をお客様にご紹介するとともに、より複雑化、高度化する企業の物流ニーズに対応する新たなソリューション開発にも挑戦していきます。



企業向けソリューション事例紹介「物流最前線」、各ソリューションを紹介する「ヤマトグループの解決力」など読み応えのある記事が満載です

HP <http://www.yamatolutions.com/>

什器によるグローバルなブランドイメージ浸透を実現

——株式会社アシックス様へのソリューション事例

物流園区の活用によるメリット

スポーツ用品メーカー大手のアシックス様は、統一されたブランドイメージを確立するため、国や地域ごとに調達していた店舗の什器を中国で一括調達し、そこから世界各地に供給していくことを決断しました。しかし、各サプライヤーに輸出業務まで委託すると、世界各国の販社とサプライヤーが個別に契約をする必要が生じ、また輸送中の破損事故が多発するなど問題が山積していました。

そのころ、縁あってアシックス様とのミーティングを行ったヤマトロジスティクス(株)(以下、YLC)は、まず物流園区の活用を提案します。物流園区とは保税區の一種で、ここに荷



左/アシックス様店舗。什器には不定形で壊れやすいものが多い
右/その活用が今回のソリューションの要となった物流園区

物を搬入すると、その時点で輸出したとみなされてアシックス様に所有権を移転でき、そのまま保管して流通加工を施すことができます。また、これまでは中国国内の各サプライヤーからばらばらに送られていた什器を、ここでまとめて世界各地に送ることができるようになります。

包括的な提案でさまざまな課題を解決

YLCはその後、独自開発の情報システムを使った総合的な什器物流を提案しました。Webによる多言語対応の受発注システムと倉庫管理システムに、国際輸送追跡システムを組み合わせることで、什器調達の管理業務は日本の本社に一元化され、世界各国の販社は24時間いつでも注文ができるようになります。

そして、これら物流園区の活用から全体のシステム構築までを含む包括的な提案に評価をいただき、2009年春、YLCはアシックス様の什器物流のパートナーに選ばれました。什器調達システムは2010年11月より本格稼働し、以降、什器の破損や納期遅れはほとんど発生していません。

※詳細については「Yamato Solutions.com」をご参照ください。

HP <http://www.yamatolutions.com/>

最初から最後までお客様の立場で提案する——それがヤマト

いくつかの会社の連携のもとに

物流園区というのは、中国でありながら海外とみなされるエリア。中国で、会社を登記してなくても、そこで荷物を取り扱って商売ができる唯一のエリアです。今回、アシックス様の什器物流パートナーになれたのは、アシックス様が最終的に何がやりたいのかという全体感をつかんで、その計画を実現するには物流園区が最適であるということを一早く提案できたことが大きいと思います。

今回のプロジェクトでは、グループ内のいくつかの会社が連携して動きました。雅瑪多国際物流有限公司と物流園区にある雅瑪多倉庫有限公司、日本での輸入業務を担当するヤマトグローバルロジスティクスジャパン(株)、その他第三国において輸入業務を担当するヤマト海外ネットワーク、そしてシステム管理およびプロジェクト管理を行ったヤマトロジスティクス(株)(以下、YLC)。このプロジェクトにおいて私自身は、アシックス様にとって便利で良い仕組みとなるよう、料金および運用について各社各部署に働きかけました。

お客様を思い、お客様のために仕事をする

私は2009年9月にYLCに入社しています。その前の5年は現地採用で雅瑪多国際物流有限公司で働いていて、アシックス様

の中国国内物流のすべてを請け負わせてもらっていました。

コスト勝負をしたら、他社には負けてしまうかもしれない。提案できることも、グローバルネットワークや機能の面で他社に劣ることがあるかもしれない。ただ、ヤマトがどこよりも長けていると思うのは、お客様との向き合い方です。「ここから先はお客様の責任です」と線引きをしたりしない。最初から最後までお客様の立場で提案ができる、それがヤマトグループの企業文化なのかなと、思っています。上海時代の上司にも「常にお客様の立場に立って、お客様のために仕事をしなさい」と教わりました。

私はこれまで中国物流を学び、中国と日本をつなぐ案件を中心に携わってきました。今後は中国と世界(欧米・アジア)をつなぐ案件に積極的に取り組んでいきたいと思っています。

ヤマトロジスティクス(株)
グローバル事業推進室
栗田 真次



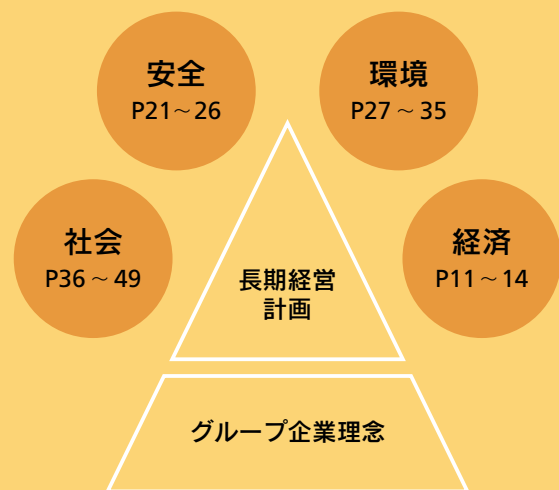
2010年度活動報告

ヤマトグループのCSR

ヤマトグループのCSR活動は、「グループ企業理念」に則り、「安全」「環境」「社会」「経済」の4分野を軸に展開しています。

2011年4月からの長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」においては、基本戦略として掲げる3本柱の1つとして「ガバナンスの強化とCSRの推進」と定めています。

良き企業風土づくりを継続することが、法令・社会規範に合った事業活動の推進に寄与し、ひいては今後のグループ全体の事業継続を可能にするものと考え、総力を挙げてCSRを推進しています。



社員全員が企業理念を共有し、自発的にCSRを推進していくため、携帯用の「グループ企業理念」小冊子をグループ全社員が携帯しています

安

全

ヤマトグループは、人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。



ヤマトグループ「企業姿勢」より

[人命の尊重]

ヤマトグループは、人命の尊重を最優先し、常に安全の達成に努めます。

生活道路を活動の場として使わせていただいている私たちヤマトグループにとって、地域で生活されている皆様の安全や安心の確保はなによりも優先されなければなりません。

ヤマトグループは、安全運転はもちろん、業務上のいかなるときでも、人命の尊重を最優先します。そして、その達成のための環境整備や研究・研鑽に努めます。

ヤマトグループ「社員行動指針」より

[社会の一員としての役割]

安全運転・安全作業の徹底

ヤマトグループの仕事は、地域社会から信頼され、親しまれなければ成り立ちません。常に「安全第一」を考え、安全運転、安全作業を徹底し、なによりも人命の尊重を優先して考えます。また、公共の道路を使わせていただいていることを自覚し、地域の皆様にご迷惑をかけないよう心がける必要があります。

- 1 プロとしての自覚を持ち、交通ルールを守ることはもちろん、歩行者や自転車、車やバイクなどに道を譲るゆとりと思いやりを心がけ、常に安全運転を徹底しましょう。
- 2 通勤途上や休日など業務時間外であっても、常に安全と思いやりある運転を心がけましょう。
- 3 ボックスの移動や荷物の取り扱い時などは基本ルールを守り、安全作業を徹底して労災事故を防止しましょう。
- 4 いかなる理由があっても、飲酒運転は厳禁です。

輸送の安全を確保する

安全運転を厳守する優秀なドライバーの育成、リスクアセスメントによる労災事故防止などを推進するとともに、各社で実効ある全社安全運動を展開して「事故ゼロ」を目指しています。

「輸送の安全を確保する計画」のもとに

社員一人ひとりが、常に「安全第一」と「人命の尊重」を最優先して業務に臨むために、ヤマト運輸(株)では、年度ごとに「輸送の安全を確保する計画」を定めています。

2011年度の安全基本方針は、

- ①「安全第一、営業第二」の理念の継続
- ②安全管理体制・安全衛生管理体制の強化としました。

「See-T Navi」(P23参照)のさらなる導入・活用、安全教

育の拡充による社員一人ひとりの安全意識の向上などにより、安全の確保に努めています。

安全基本方針、数値目標、安全を確保するための施策、全社取り組み内容などを記したポスターを全事業所に掲示し、安全への意識強化を図っています



優秀ドライバーの育成——安全教育・研修

安全対策の専門職＝安全指導長を軸として

ヤマト運輸(株)の安全戦略の基盤となるのは、1974年の導入以来、着実に当社の安全を支え続けてきた「安全指導長制度」です。

安全指導長とは各主管支店に配属された安全対策の専門職で、2011年4月現在、全国に252名。日々、管下のセンターを巡回しながら、法令の遵守、個人の運転レベルの向上、交通・労災事故防止の徹底に取り組んでいます。2010年度には、21,768名のセールスドライバー(SD)が安全指導長による添乗指導を受けました。

4科目の安全専門講師を全主管支店に配置

ヤマト運輸(株)では2008年度より、専門知識をもった指導者を養成して均質的な交通安全・労災防止教育を推進する「安全専門講師認定制度」をスタートしました。

各主管支店で選抜された安全指導長や衛生管理者などを対象に養成研修を実施し、試験合格者を安全専門講師として認定。2009年度には全主管支店に「法令」「実技指導」「交通安全」「安全衛生」の安全専門講師各1名ずつ(1名が2科目の講師に認定のケースもあり)の配置を完了しました。

安全専門講師による、専門的で質の高い研修により、着実に社員のスキルアップを図り、交通事故防止、労災事故防止、コンプライアンスの徹底などを実現していきます。

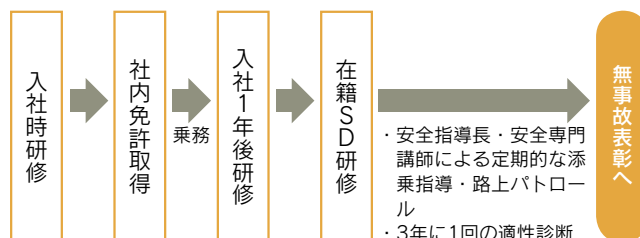
安全専門講師による研修受講者数(2010年度)

| 科目 | 研修目的 | 受講者数(名) |
|------|----------------------------------|---------|
| 法令 | 法令を遵守した運行管理業務が日常的に行えるよう、運行管理者を育成 | 11,071 |
| 実技指導 | 基本の運転動作、エコドライブを確実に伝えるドライバーを育成 | 8,734 |
| 交通安全 | 交通事故防止のため適正な認知、判断が確実に伝えるドライバーを育成 | 7,919 |
| 安全衛生 | 労災事故防止のため安全衛生業務が確実に伝える安全衛生担当者を育成 | 8,237 |

厳格な社内免許制度

厳しい適性検査により採用されたヤマト運輸(株)のドライバーは、入社後約1か月にわたる安全教育などの入社時研修を受け、社内免許を取得した後、初めて実際の乗務につくことができます。その後も、入社1年後研修、安全指導長・安全専門講師による定期的な添乗指導・路上パトロール、3年に1回の運転適性診断などを通して、安全運転に磨きをかけていきます。

安全教育の流れ



無事故の優秀ドライバー・事業所を表彰

ヤマト運輸(株)の「安全第一」は、ドライバーの日々の安全運転に支えられています。安全運転に優れ、無事故を続けるドライバーに対し、毎年、表彰と褒賞を行っています。2011年は、各賞合計9,312名が受賞しました。

また、1年間無事故を達成したセンター 3,334店、ベース1店にも安全優良店として表彰と褒賞を行いました。

ダイヤモンド賞 受賞

地域の方々へ、「安心」の笑顔を

1984年に入社した当時の私は安全運転への意識が低く、今日まで無事故でこられたのは、先輩方からの厳しくも温かい指導と仲間たちの支えがあってこそと感謝の気持ちでいっぱいです。私の安全へのこだわりは「ちゃんと見る」「ちょっと待つ」「きっちり止まる」の3つです。ヒヤリ、ハットがありながらも、この3つで救われてきたと思います。

入社当時、どこの家庭に配達に行っても「ありがとう」と笑顔で言われ、毎日が感動の連続でした。「まかせてあんしん」の言葉をモットーに、これから地域の方々へ「安心」という笑顔を届けられるように安全運転に努めていきます。

13年前に私は交通事故で息子を亡くしました。事故の悲惨さは誰よりも分かっているつもりです。息子のためにも絶対事故は起こせません。そして今日まで支えてくれた妻にあらためて感謝の言葉を贈ります。「ありがとう」

岡山主管支店 井原センター
光守 信行



永年無事故運転者表彰式典(2011.5.30)
における受賞者代表挨拶より

2011年の永年無事故表彰受賞者

| 賞 | 無事故年数又は距離 | 受賞者数(名) |
|--------------|-------------|---------|
| ダイヤモンド賞 | 25年又は270万km | 371 |
| 金賞 | 18年又は190万km | 909 |
| 銀賞 | 8年又は80万km | 2,186 |
| 銅賞 | 5年又は50万km | 2,920 |
| セーフティ・ドライバー賞 | 2年又は20万km | 2,926 |

社内ドライバーコンテストの推進

運送事業を展開するヤマトグループ各社では、交通法規などの知識習得状況、日常点検整備の技量、運転技能を競うドライバーコンテストを各地で開催しています。ともに競い合うことで、安全意識・安全知識・運転技術の向上、エコドライブの推進などを図るとともに、ドライバー同士の交流を図ることも目的としています。



車両点検。審査する側もされる側も真剣な面持ち(ヤマトグローバルエクスプレス(株) 2010.9.11)

競技とともに、検証・学習も行います。写真は急に歩行者が飛び出してきた時に、衝突を回避できるスピードが否かを検証しているところ(ヤマト運輸(株)福岡主管支店 2010.5.14)



安全運行への日々の取り組み

シーティーナビ See-T Navi の導入を推進

2010年3月に開発・導入した、ヤマト運輸(株)独自の安全・エコナビゲーションシステム「See-T Navi」。運転の細部までデータ化=見える化したことで、セールスドライバーが自分の運転を振り返って改善することができ、またデータに則った個別指導も可能となって、セールスドライバーの安全運転を強力にサポートしています。

2011年5月には、(社)日本物流団体連合会主催の「第12回物流環境大賞」において「物流環境負荷軽減技術開発賞」を受賞。安全・省エネ運転日報出力などの日常業務支援さらには電子地図に危険エリアなどを登録することで、安全

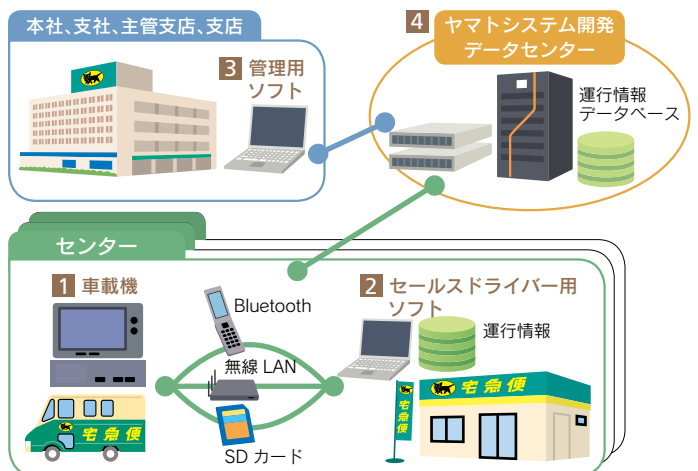
危険エリア付近です。
注意してください。



登録した危険エリアなどにさしかかると、音声アナウンスで注意を喚起

で環境にやさしい運転をサポートする点などが評価を受けました。2010年度には先行13主管支店に導入し、データの検証を行いながらさらに導入を進めています。

「See-T Navi」システムイメージ図



- 1 デジタルタコグラフとドライブレコーダー機能を一体化。ディスプレイには、Bluetooth・無線LAN機能を搭載。タッチパネルで、優れた操作性。車速、距離、時間の取得・記録や燃費情報の提供などを行う。
- 2 運転日報などを出力。電子地図への危険エリアなどの登録、車載機で収集したデータの閲覧ができる。
- 3 本社、支社、主管支店、支店の管理担当者が、管下車両の運転実績データを項目別で閲覧・分析し、指導できる。
- 4 ヤマトシステム開発(株)のデータセンターで電子地図への登録情報や運行データを管理。

ハンドル左切り・ローギア発進と安全喚呼

ヤマト運輸(株)では、「事故ゼロ」を目指す安全運転の基本事項として「ハンドルを左に切ってからエンジンオフ」「ローギアでアクセルを踏まずにクラッチをゆっくりつないで発進」の徹底に全社で取り組んでいます。

また、指差しと発声で安全確認を行う安全喚呼は、安全の確保に非常に有効です。意識を集中し、正確な判断ができるよう、朝礼時には動作に合わせて声を出し、確認を行います。

路上パトロール・添乗指導

ヤマト運輸(株)の全国の主管支店では、安全指導長・安全専門講師がセールスドライバー一人ひとりに対し、路上パトロール・添乗指導による直接安全指導を行っています。

1. 路上パトロール

エリアごとの集配ルート
を巡回し、ヤマトの集配車両を特定して運転行動を観察。走行時の速度超過、交差点での安全確認・指差喚呼、右折での一時停止など



を厳しくチェックし、車両が停止した場所でドライバーに指導します。

2. 添乗指導

集配時に添乗し、安全運転・エコドライブをきちんと実行できているか、細部にわたって確認・指導します。

啓発・教育ツールの活用

ヤマト運輸(株)では、安全への意識を高め、「安全第一」を実現するために、さまざまなツールを活用しています。月ごとの安全情報を共有する安全情報誌「セーフティー・ファースト」、全ドライバーが携帯する「運転者安全手帳」、そして過去に発生した事故・災害を解析し、再発防止に役立てる「安全カレンダー」などがあります。

2010年9月には、新スリーターや台車使用時の安全ポイントをまとめた「マンガでわかる！新スリーター&台車 安全マニュアル」を各事業所に配付しました。道路交通法に則ったルール・マナー・日常点検の方法などを分かりやすく説明しています。

正しく、安全に、新スリーターや台車を
使うためのマニュアルです



全社安全運動

ヤマトグループ各社は、「安全第一、営業第二」の理念のもと、それぞれの事業特性に沿った全社安全運動を展開し、安全の確保に努めています。

各建屋ごとに危険性認知の体験学習を実施

ヤマト運輸(株)では2010年度も、1970年以来継続する春・秋の「交通事故ゼロ運動」や、労災事故防止を目指す「安全週間」、重大事故防止を目指す「重大事故防止運動」などを実施し、安全の確保に取り組みました。

2010年秋の交通事故ゼロ運動の目標は、「『全員参加』で期間中の交通事故ゼロを達成する」。9月21日～30日の運動期間中は、「信号なし交差点事故防止」「エコドライブの実践」「建屋独自の重点を決め実施」という重点事項を定め、事故ゼロ達成を目指しました。「信号なし交差点事故防止」については、各建屋構内にて全ドライバーに「信号なし交差点の危険性認知」の体験学習を実施しています。

また、交通事故ゼロ運動期間中に対人・対物の有責事故ゼロを達成した主管支店に対し、その成果を讃えて表彰を行っています。6回以上連続無事故を達成した主管支店にダイヤモンド賞、以下金賞(5回)、銀賞(4回)、銅賞(3回)の各賞を設定しています。

ヤマトグローバルエクスプレス(株)では、社員のデザインによるオリジナルバッジをつけて秋の交通事故ゼロ運動に取り組みました。スローガンは「大丈夫？目で見確認 駐車措置」



ヤマト運輸新潟主管支店における「信号なし交差点事故防止」の体験学習。ロールボックスパレットを並べるなどして敷地内に見通しの悪い交差点を再現し、死角からの飛び出し、進入角度によるはみ出し幅の違いなどを体験。危険性を実感することで安全な走行への理解を深めます



2010年秋にダイヤモンド賞を受賞した、左からヤマト運輸新潟・宮崎・山口・道北・長野主管支店の社会貢献課長(表彰式にて2010.10.8)

2011年春の交通事故ゼロ運動では、ヤマト運輸はこのようなスローガンを掲げて取り組みました



安全を支える 取り組み

ヤマトグループの配送拠点4,000カ所以上をもれなくカバーする高水準で効率的な車両整備体制、きめ細かく適切な運転適性診断・安全教育が、ヤマトグループの「安全」をしっかりとバックアップしています。

車両の徹底した保守管理でヤマトグループの安全を支える

輸送の安全を確保するためには、車両の徹底した保守管理が不可欠です。ヤマトグループの50,000台に及ぶ車両の点検整備は、ヤマト運輸(株)の車両管理部門から独立したヤマトオートワークス(株)が担当しています。

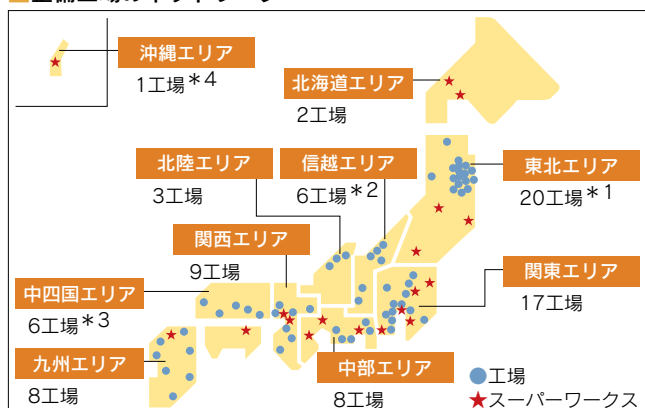
2011年6月末現在、日本全国にある80カ所の整備工場が、ヤマトグループの配送拠点4,000カ所以上をもれなくカバー。年間を通じた一括管理で、すべての車両の法定

期点検をきちんと行い、車両の状態をこまめに確認、情報を蓄積しています。これにより、故障する前に整備を行う「予防整備」を実現しました。

工場は24時間365日営業のため、車両が稼働していない時間帯に確実に点検整備を行うことが可能です。約800人の整備士のうち、整備完了車が保安基準に適合しているかを確かめる完成検査を行える自動車検査員資格者が500人以上(2011年3月末現在)と高い整備技術を誇り、各種低公害車への対応も万全です。

2005年より、車両整備システムの効率化と環境への配慮、そして社員の働きやすさを追求した最新鋭工場「スーパーワークス」を各地に設置しており、2011年3月末現在、18店が稼働しています。高水準で効率的な整備体制により、ヤマトグループの安全をしっかりと足元から支えています。

整備工場のネットワーク



- *1 ヤマトオートワークス岩手(株) 14工場を含む
- *2 ヤマトオートワークス北信越(株) 2工場を含む
- *3 ヤマトオートワークス四国(株) 1工場を含む
- *4 ヤマトオートワークス沖縄(株)



工具を積んで出張点検を行う「リペアワークス」を導入

国土交通省認定の運転適性診断実施機関による安全教育

ヤマト・スタッフ・サプライ(株)は、ヤマトグループ内外にかかわらず安全教育事業を展開しています。

運転適性診断については、2010年度の実施者が約20,000名となりました。関東・関西・中部地区では出張での診断も実施しており、ご好評をいただいています。

診断は、初任診断などの義務診断のほか、在籍ドライバー向けの一般診断、カウンセラーと個別に面談する事故発生者向けの個別診断・特定診断があり、“気づき”を促すことで今後の安全運転の継続や事故の再発防止をともに目指していきます。

資格取得支援サービスでは、運行管理者試験対策講座や衛生管理者試験対策講座など、コンプライアンスの遵守において必須の各種試験における対策講座を展開し、高い合

格率を維持しています。

フォークリフト運転技能講習では、2010年度の実施者が約1,100名となり、ペーパードライバーの方のための「フォークリフト技能向上コース」も好評です。

また、お客様のお悩みやご要望に合わせて研修や講演メニューをご提案するカスタマイズ研修も多数実施しています。今後もさらに幅を広げ、安全な社会の実現に寄与していきます。



運転適性診断



出張運転適性診断

事業所における 労災事故防止

多くの荷物の仕分け作業を行うベースなどの事業所では、安全な職場環境の実現が何よりも望まれます。2010年度は、さらなる安全意識の徹底を図り、リスクアセスメントによる改善を進めて、労災事故撲滅に努めました。

事業所それぞれの特性に合わせた労災事故防止策

☑ ベース・センターでの労災事故ゼロへ

ヤマト運輸(株)では、労災事故のない安全な作業環境を実現し、社員が安心して業務に励むことができるよう、安全衛生管理体制の強化に取り組んでいます。

2010年7月に実施した「満足創造第7期 安全週間」では、「作業経験1カ月未満の者の労災事故ゼロ」「【ベース】ロールボックスパレットに起因する労災事故ゼロ」「【センター】

■ リスクアセスメント改善事例 大阪ベース



【改善前】トラックの着車する場所に階段があるがわかりにくい
【改善後】階段・手すりを目立たせ、歩行者・ドライバーに注意を促す

構内のリスクに目を光らせています

階段のステップは雨天時に濡れることも多く、ちょっとした不注意でけがが発生しやすい所なので、注意喚起のためこのような改善を施しました。作業・運行が一丸となって、事故ゼロを目指しています。

大阪ベース 安全推進者 廣岡 亨



足元(車の乗降、階段など)に起因する労災事故ゼロ」を重点目標に掲げ、全事業所で労災事故撲滅に取り組みました。

また、部分的に始めていたリスクアセスメントを全事業所で実施。職場にあるそれぞれのリスク(危険の芽)を皆で見つけ出し、リスクの実態を見積り、事前にできるだけリスクの除去・低減措置を行って、労働災害の生じない職場を目指しています。

☑ フォークリフト安全講習会を実施

ヤマトロジスティクス(株)(以下、YLC)はお客様からお預かりした商品や荷物の保管、出荷作業をする際、日常的にフォークリフトでの作業を行っています。

倉庫内で安全にかつ効率よくフォークリフト作業を行い、労災事故防止と、さらにはお客様へ高品質のサービスを提供するために、YLCではフォークリフト安全講習会の開催を継続しています。2010年度も各地で9回開催し、203名が参加しました。



フォークリフト安全講習会での実技講習

フォークリフトコンテストで、あらためて基本を見直す

湖南工業(株)では100台近くのフォークリフトを所有し、お客様の各工場などで梱包ケース・部品などの運搬を行っており、フォークリフトはいわば不可欠の商売道具。作業品質の維持・向上が常に求められています。

2011年2月12日、運転技術や知識、事故ゼロ意識の向上を目指して、初のフォークリフトコンテストを開催しました。17名が参加し、学科・実技・点検の各検定に、緊張しながらも真剣に取り組みました。初めてということで、手探り状態の開催でしたが、参加者や検定員を務めた社員からは「改めて基本を見直すことができ良かった」という声も多く寄せられています。今後もコンテストを継続して、フォークリフト作業での安全運転と無事故を目指していきます。

荷積み、搬送、荷降ろしを設定したコースで行われた実技検定



日常点検を行う点検検定

環境



ヤマトグループは、環境問題への取り組みが人類共通の課題であると認識し、環境保護活動を自主的・積極的に推進します。

ヤマトグループ環境保護宣言

ヤマトグループによる環境保護活動は、企業の社会的義務であり、またヤマトグループが地域の一員として信頼される事業活動を行う上でますます重要性が高まっています。

ヤマトグループの各委員会は、環境保護活動推進の要として、それぞれの立場で社員の環境保護活動への参加意識を高め、グループ企業理念や強化されている環境関連法令を踏まえ、以下の重点事項を柱にさらに積極的な取り組みを行うこととします。

重点事項

- 1 大気汚染防止対策および地球温暖化防止対策を積極的に推進します。
- 2 廃棄物の分別によりゴミの排出量を削減します。
- 3 グリーン購入を積極的に推進します。
- 4 社員の環境への意識向上を図り、地域の環境保護活動に積極的に貢献します。
- 5 廃棄物処理費やその他環境対策費用などの数値、数量を正しく把握し開示します。

※詳細についてはホームページをご参照ください。 **HP** http://www.yamato-hd.co.jp/csr/effort_environment.html

ヤマトグループ3か年計画【環境】

地域にやさしく、地域から必要とされるグループであり続けるために事業推進（満足の追求）と環境施策を両立させる

ヤマトグループは、「事業推進と環境施策の両立」をキーワードに環境対策を進めています。この目標の実現のために、今後3か年のCO₂の排出量目標として、2013年度の売上当たりのCO₂排出量（原単位）を2009年度比3%以上削減するとしています。

また、ヤマト運輸（株）では「1. 輸送全体の環境負荷低減」「2. 施設の省エネ化推進」「3. 環境経営の推進」の3つの施策に取り組んでいます。CO₂排出量削減については、宅急便が届くまでの輸送全体のCO₂低減を目指し、2013年にはその原単位CO₂排出量を2002年度比30%減とすることを掲げています。

環境保護活動の推進体制

ヤマトグループの環境保護活動の中心となるのは、ヤマトホールディングス（株）の地球環境委員会です。各種情報の共有や、グループ全体での省エネ運動についての討議などを行い、グループ各社におけるより良い施策の実施を図っています。

2010年度実績と 主要な環境投資

2010年度は、2006年度に比べて高効率なエネルギー消費を実現することができました。これからも事業の成長を維持しつつ、環境負荷の低減に努めていきます。

【ヤマトグループ】CO₂排出量削減

ヤマトグループは、多くの車両を保有し、物流を中心とした事業を展開する企業グループの責務として、「事業の成長と高効率なエネルギー消費の両立」に努めています。

先の中期経営計画（2008～2010年度）では、ヤマトグループ全体のCO₂排出量の削減を目標に掲げ、グループを挙げて取り組みを進めてきました。2010年度のCO₂排出量は917,857t-CO₂で、営業収益1億円当たりのCO₂排出量は、2006年度比94.5%となっています。

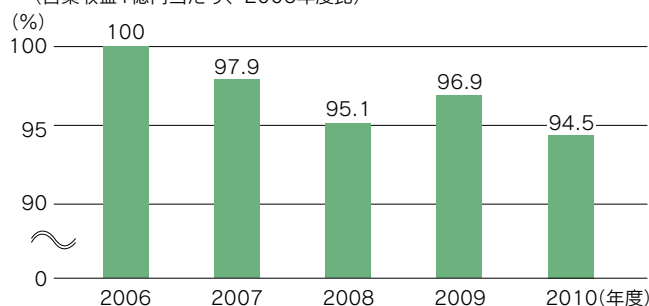
【ヤマト運輸(株)】車両からのCO₂排出量削減

2003年9月に策定した「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」でヤマト運輸(株)は企業としての成長を維持しつつ、2012年度のCO₂排出量を2002年度比で99%に抑制、原単位CO₂排出量を30%削減するという高い目標を掲げました。さらに2008年4月には「CO₂総排出量抑制目標を2年前倒して2010年度に達成する」と見直しを行っています。

2010年度は「仕組み」「機器」「人」という3つの側面から戦略を立てて取り組んだ結果、CO₂総排出量は466,140t-CO₂となりました。宅急便1個当たりの原単位CO₂排出量は5年連続で減少し、目標である2002年度比30%削減は達成しました。

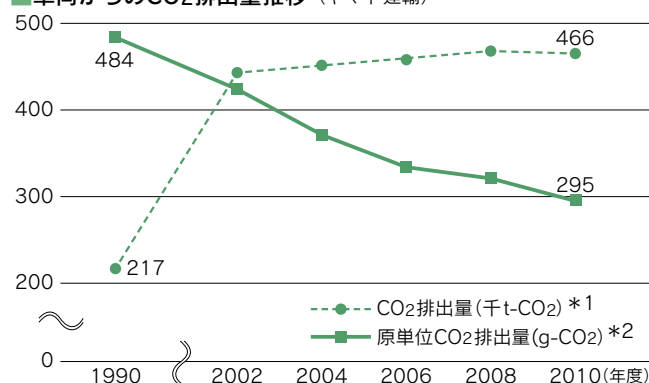
2011年度からは、「使わない」「使うならエコ」「使い方」という考えに基づき、さらなるCO₂排出量削減を目指して取り組みを進めていきます。

■ヤマトグループのCO₂排出量推移
(営業収益1億円当たり、2006年度比)



※・ヤマトグループ国内31社（2011年3月現在）を対象としています。
・数値は費用から換算、特定の月から年間を推計する数値を含みます。
・「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

■車両からのCO₂排出量推移（ヤマト運輸）



*1 「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

*2 原単位CO₂排出量 = $\frac{\text{CO}_2\text{総排出量}}{\text{宅急便個数} + \text{メール便冊数(宅急便換算値)}}$

【ヤマト運輸(株)】主要な環境への投資

(単位：百万円)

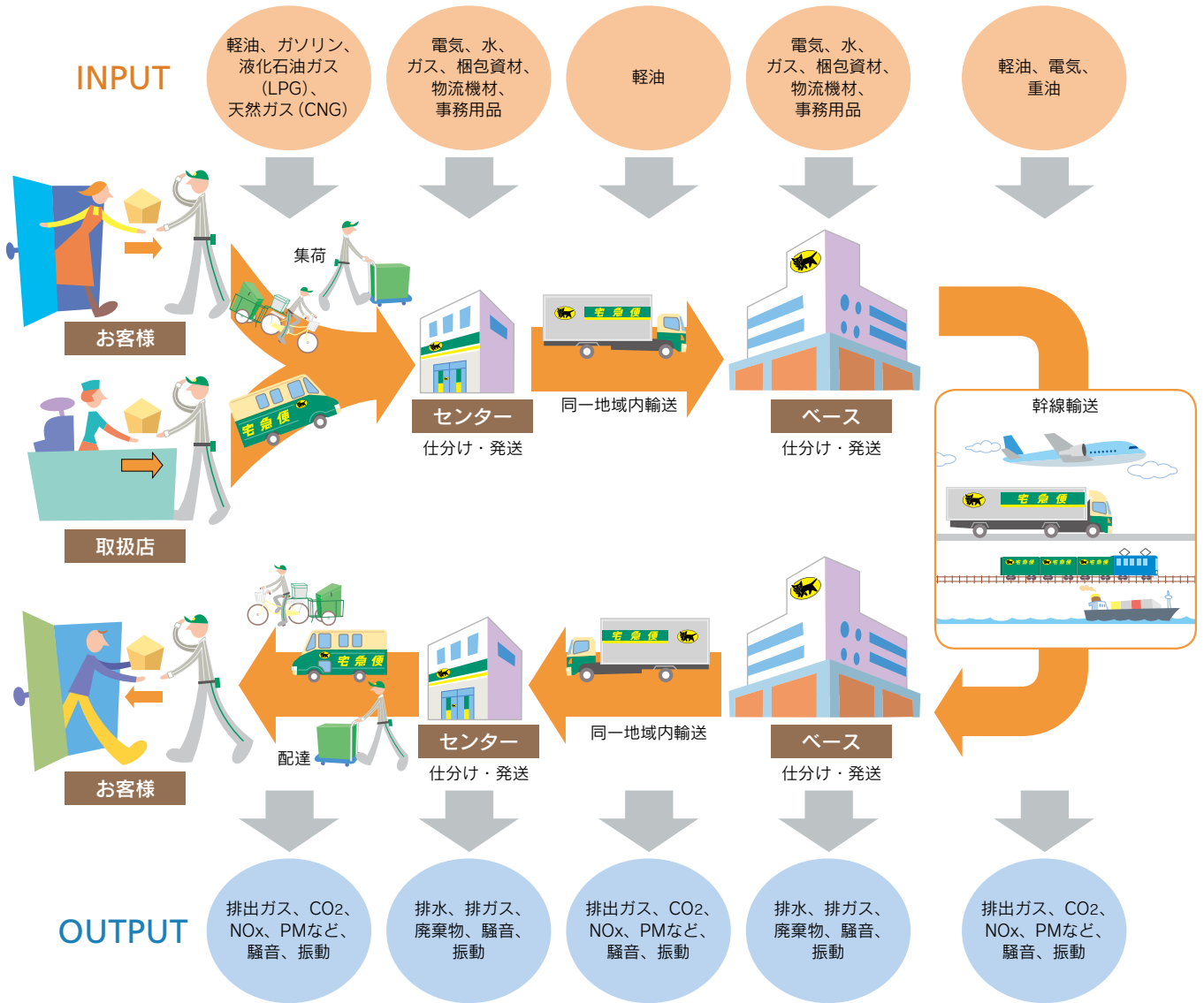
| 項目 | 2009年度 | 2010年度 | 前年比 | |
|---------------|--------------------------|--------|--------|--------|
| 大気汚染・地球温暖化防止策 | 低公害車の導入 | 10,546 | 155.5% | |
| | 新スリーター導入 | | | |
| | モーダルシフト推進の倉庫賃借 | | | |
| | See-T Naviの導入 NEW | | | |
| 廃棄物の削減・リサイクル | 廃棄物処理費 | 3,309 | 104.9% | |
| | リサイクル処理費 | | | |
| | ロールボックスパレットの再生 | | | |
| | コールドボックスの再生 | | | |
| 環境コミュニケーションなど | エコマーク制服の購入 NEW | 2 | 2 | 100.0% |
| 合計 | 9,939 | 13,857 | 139.4% | |

※昨年と一部項目を見直し、新項目に沿って計算し直しました。

環境影響と 環境保護活動フロー

ヤマト運輸(株)では、お客様への集配、事業所での作業、中長距離輸送など、宅急便事業のあらゆる局面で環境に及ぼす影響を把握し、対策を講じて、環境負荷削減に努めています。

■宅急便事業に伴う環境への影響



■環境保護活動

- ・ハイブリッド車の導入
- ・台車・新スリーター・集配アシストの活用
- ・軽自動車の活用
- ・エコドライブの推進
- ・バス停方式の推進
- ・See-T Naviの導入
- ・台車主力の「サテライトセンター」拡大
- ・超静音台車導入
- ・電気式フォークリフト導入
- ・省エネ運動
- ・グリーン購入の推進
- ・エコドライブの推進
- ・アイドリング・ストップの徹底
- ・アイドリング・ストップの徹底
- ・新型ロールボックスパレットの導入
- ・乾電池・蓄冷剤・物流機材のリサイクル
- ・ユニフォームのリサイクル
- ・送り状のリサイクル
- ・省エネ運動
- ・グリーン購入の推進
- ・エコドライブの推進
- ・アイドリング・ストップの徹底
- ・モーダルシフトの推進

■車両関連

INPUT

| | 2010年度 | 前年比 |
|-------------|-------------------------|--------|
| 軽油 | 約158,686 (千ℓ) | 101.0% |
| ガソリン | 約8,873 (千ℓ) | 104.4% |
| LPG(液化石油ガス) | 約11,413 (千kg) | 97.7% |
| CNG(天然ガス) | 約501 (千m ³) | 98.2% |

OUTPUT

| | 2010年度 | 前年比 |
|-----------------|-------------------------------|--------|
| CO ₂ | 466,140 (t-CO ₂)* | 100.9% |

*「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

地球温暖化防止への取り組み

ヤマト運輸(株)は輸送のCO2排出量削減のために、車両については「使わない」「使うならエコ」「使い方」という3つの戦略を立て、取り組んでいます。

また、施設の省エネ化推進にも力を注いでいきます。

1 【ヤマト運輸】輸送のCO2削減3原則 使わない ●●● できるだけ車両を「使わない」

▽ エリアに応じた集配を推進し、車両台数を抑制

ヤマト運輸(株)では、車両を使用しない、台車や新スリーター(リヤカー付き電動自転車)による集配の拡大に取り組んでいます。

一部に軽自動車を使う以外は車両を全く使わず集配を行うサテライトセンターは、市街地や住宅密集地域を中心に出店が進み、2010年度には累計1,013店となって当初の目標(2012年までに1,000店)を達成しました。

■ バス停方式



バス停ポイントに集配車を止め、そこからはセールスドライバーやフィールドキャスト(集配に係るパート社員)が台車などで集配

距離的に車両を使う必要があるセンターでも、近いエリアの集配については台車や新スリーター、軽自動車を活用し、距離のあるエリアでは車両と台車を組み合わせるバス停方式を推進するなど、エリアに応じた集配方法の選択により車両台数の削減を図っています。



新スリーター。1日に約2,400台が稼働しています

▽ 鉄道・海運へのモーダルシフトを推進

ヤマト運輸(株)では、トラック中心であった中長距離の幹線輸送を鉄道や海運にシフトし、トラックとの複合一貫輸送を推進しています。鉄道や海運はトラックに比べてエネルギー効率がが高く、CO2排出量を大幅に削減するとともに、大気汚染防止や道路渋滞緩和にも効果があります。

2010年度、鉄道では、定期的幹線輸送での利用を3区間増やし、全26区間で実施。取扱量は526,800t(前年度比102.2%)でした。海運では、ネットワークを活用した輸送効率化によりフェリー輸送からトラック輸送へ一部切り替えた区間などもあり、取扱量は105,857t(同92.1%)となりました。

低炭素型集配システムへの取り組み——路面電車・地下鉄とのコラボレーション

ヤマト運輸(株)と京福電気鉄道(株)は京都市嵐山周辺のCO2削減をテーマに、2011年5月18日より路面電車(嵐電)を活用した宅急便の輸送を開始しました。これまで物流センターから嵐山担当営業所へ大型トラックで輸送し、そこから2tトラックなどに積み替えて配達していた宅急便を、電車と新スリーターで配達するという全国でも他にないアイデアです。

嵐電の車両を1台貸し切り、西院車庫で宅急便の入った台車を積み込み、嵐山駅と嵐電嵯峨駅で台車を降ろし、新スリーターで配達するというエコ集配は、「京都議定書」採択の地にふさわしい取り組みとなっています。

また2010年9月には、「都市型新物流システム研究会」の構成員として、札幌で「地下鉄を活用した物流の社会実験」を実施。新さっぽろ駅—大通駅間で地下鉄輸送用にカスタマイズした台車を車いすスペースに積み込んで輸送しました。2週間にわたる実験結果を検証し、輸送システムの改善につなげていきます。

京都



西院車庫で積み込む

車内積み込み状況

札幌



左/人員2名と台車1台で1ユニット。1名は補助&安全確保に当たる 右/車いすスペースが定位置

2 【ヤマト運輸】輸送のCO2削減3原則 使うならエコ・・・「使うならエコ」な車両

低公害な集配車両の導入

【全車両の30.8%が低公害車に】

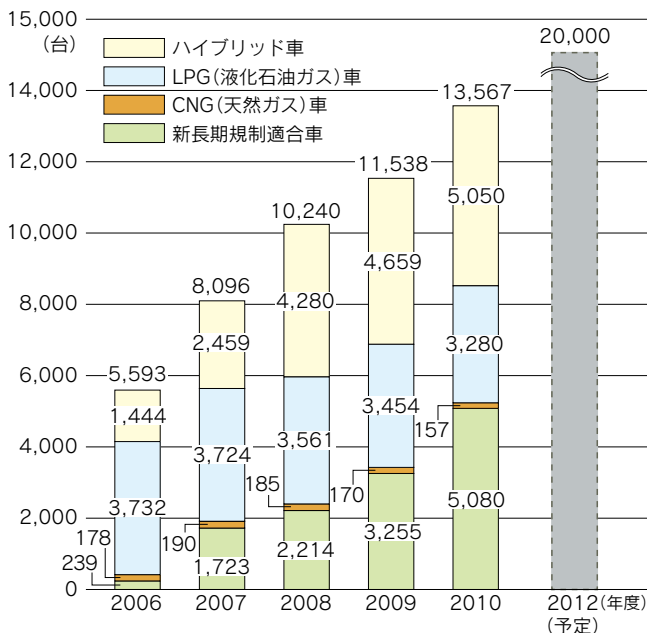
日本全国、宅急便の届かない場所はありません。どんな山奥にも、離島にも、そこに住む人がおられる限り、宅急便は届きます。その宅急便事業を支えているのが約44,000台(2011年3月末)の車両。ヤマト運輸は、できるだけ車両を使わない集配を追求する一方で、必要な車両については低公害車へのシフトを進めてきました。

「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」において掲げたのは、「2012年度までに、ハイブリッド車を主軸とする低公害車を累計20,000台導入」。目標達成に向けて取り組みを続けており、2010年度の低公害車総数は13,567台で、全車両比30.8%となっています(前年度は25.7%)。

【軽自動車を活用】

センターから近隣の地域では、低燃費でCO₂、NO_x、PM排出量の削減に効果的な軽自動車を積極的に活用しています。2009年度には累計5,017台となり、「ヤマト運輸 地球温暖化防止目標」の2012年度までの導入目標(累計5,000台)を達成しましたが、2010年度は、首都圏において台車・新スリーターを使う集配への切り替えが進んだことにより、4,962台(前年比98.9%)となりました。

■低公害車導入の推移(ヤマト運輸)



軽商用電気自動車100台を発注

ヤマト運輸(株)は、2010年10月より東京・羽田地区、2011年1月より宮城県仙台市で、三菱自動車工業株式会社(以下、三菱自動車)とともに軽商用電気自動車(以下、軽商用EV)の試験車を使った集配実証走行試験を実施してきました。

軽商用EVは宅急便の集配に適応

その結果、宅急便事業の集配において軽商用EVは一部エリアで対応可能と判断し、三菱自動車が試験車と同タイプの軽商用EV「MINICAB-MiEV(ミニキャブ・ミーブ)」を市販するに伴い、さらに実証走行試験を拡大する目的で100台を発注しました。納車開始予定は2011年末で、2011年度中に30台、2012年度以降に残り70台を配備する計画です。また導入を予定している主なエリアは、

- ・「羽田クロノゲート」(P9、18参照)建設に合わせてCO₂排出ゼロの集配を目指している東京・羽田地区
 - ・「環境共生型都市」の実現を目指す京都市
- で、そのほか全国主要都市に配備します。

ヤマト運輸は今回の発注・導入により、運送業界全体における商用自動車の次世代化の普及促進に貢献したいと考えています。



実証走行試験車
積載重量はガソリン車とはほぼ同等です



充電は業務終了後の夜間に行い、翌日の集配に備えます

3 使い方 ●●● 徹底して「使い方」にこだわる

【ヤマト運輸】輸送のCO2削減3原則

エコドライブの推進

【「環境保全」「安全運転」「省燃費」を目指して】

事業に車両を使用するヤマトグループ各社では、「環境保全」「安全運転」「省燃費」のトリプル効果を実現するエコドライブに全力で取り組んでいます。

【「See-T Navi」を活用】

ヤマト運輸(株)では、主管支店におけるエコドライブ研修や、安全指導長による定期的な添乗指導などに加えて、2010年3月より独自の車載システム「See-T Navi」を開発・導入しました (P23参照)。

この安全・エコナビゲーションシステムの第一のポイントは、運転の「見える化」。今までアナログで確認していたセールスドライバーの運転がデータ化＝「見える化」されたことで、一人ひとりに対して効果的な運転支援を可能とし、人と環境にやさしい運転を実現します。2011年3月末現在、13主管支店に約6,000台を導入。さらに導入を進めていきます。



「See-T Navi」では、運転日報や安全・省エネ運転日報に自分の運転が数字ではっきり表れます。日報を見せ合い、相互に検証し合うセールスドライバーたち (広島緑井センター)

■ヤマトグループのエコドライブ

- | | |
|-----------|---------------------------------|
| 1 発進・加速時 | ・穏やかな発進 ・やさしいアクセル操作 |
| 2 通常走行時 | ・十分な車間距離 ・ムラのない運転 |
| 3 低速時・停車時 | ・早めのアクセル OFF ・エンジンブレーキの積極的使用 |
| 4 その他 | ・アイドリング・ストップなど |

施設の省エネ活動 —— ヤマト運輸(株)和歌山主管支店

「エコ見える化システム」導入により省エネ活動の常態化を推進

ヤマト運輸では、センター、ベースなど全建屋で省エネを推進しています。

2010年11月に新築・移転した和歌山主管支店では、新たに「エコ見える化システム」を導入。エネルギー使用量を見える化して把握・分析・改善を行い、省エネ活動の常態化を図っています。また、

- 事務棟の廊下・トイレにLED照明を採用
- 事務棟の窓にペアガラスを採用し、空調負荷を軽減 (ヤマト運輸初)
- 低温仕分け室の出入口にエアカーテンを設置し、室温を保つとともに設備負荷を軽減 (ヤマト運輸初)
- 低温仕分け室の冷却設備の室外機に散水マットを設置し、設備負荷を軽減

などの省エネ対応も実施し、これらの取り組みの効果を検証しながら、他施設への導入を検討していきます。

ヤマト運輸 和歌山主管支店
3階建ての事務棟と2階建ての荷さばき所・倉庫棟からなり、大型車30台、4トン車6台の着車バースがある。



■エコ見える化システム 活用イメージ



パナソニックシステムソリューションズジャパン株式会社

グループ全体で省エネを推進——グループ各社のCO₂削減への取り組み

環境意識向上とCO₂排出量削減に取り組む



2010年度も、ヤマトグループとして夏季・冬季のグループ省エネ運動を実施。2010年12月1日～2011年2月28日に行われた「冬季省エネ運動」では、グループ各社が

「冬季省エネ運動」ポスター。グループ各社全事業所に掲示しました

それぞれの実態に合わせた目標を設定し、実施計画を立て、

- ①CO₂排出量削減目標の達成
 - ②社員一人ひとりの環境意識の向上
- を目指して取り組みを進めました。

また、東日本大震災の影響による電力供給不足への対策として、2011年夏季は全グループで節電に取り組み、クールビズ(夏季軽装)の期間延長、エアコン設定温度の徹底、照明の間引き(事務所▲50%、荷さばき構内▲30%)などの施策を実施しています。

取り組み事例

高効率反射板の導入

ヤマトロジスティクス(株)では、2010年11月よりCO₂削減の強化のため、28事業所に高効率反射板を順次設置しました。この反射板は光を効率よく反射させ、影を作らない光を生み出すため、蛍光灯を30%間引きしても、もとの明るさとの違いを感じません。この反射板導入により、11月～3月の5カ月間で反射板を導入しなかった場合と比べて180t-CO₂、割合では20%以上のCO₂排出量削減を達成することができました。



高効率反射板の取り付け前(左)、取り付け後(右)
(新習志野クイック通販口ジセンター)

床下照明のLED化

ヤマトオートワークス(株)が全国に18店を展開する最新鋭工場「スーパーワークス」は、環境負荷軽減の仕組みを随所に取り入れています。

「スーパーワークス所沢工場」では、車両が稼働しない夜間の作業を効率的に行うための床照明を、蛍光灯からLEDに変えました。その結果、蛍光灯使用時と比べて年間2.4t-CO₂のCO₂削減を達成しました。スーパーワークスは今後も環境負荷軽減の可能性をさらに探っていきます。



光っている丸い部分がLED

Web会議システム

ヤマトシステム開発(株)では、社内の情報通信技術(ICT)を活かし、業務の効率化と環境負荷低減を推進しています。Web会議システムは、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上に寄与するだけでなく、移動時のCO₂削減にも大きな効果があります。

2010年度は、定例会議に各部署がWeb会議システムを利用することで、移動人数を約900名削減し、19.4t-CO₂のCO₂削減*1を達成しました。



東京―大阪をつなぐWeb会議。ヤマトホールディングス(株)およびヤマト運輸(株)も活用しています

産業廃棄物の再利用

ヤマトホームコンビニエンス(株)では、家電製品配達時などに発生する発泡スチロールやビニール(廃プラスチック)の梱包資材を回収し、引取廃棄物処理業者と協力して再資源化を推進しています。発泡スチロールは細かく割り、熱で圧縮して板状の発泡スチロール原料に再生。ビニールはやはり細かくして木屑と混ぜ、ペレット(燃料)として再利用されます。いずれも焼却処理をしないためCO₂の排出を削減し、2010年度はこの取り組みにより計



2,507t-CO₂を削減しました。

上に乗せた袋約10個(約15kg)の発泡スチロールから、下の板状の発泡スチロール1枚ができます

※「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」に基づき算出しています。

*1 交通エコロジ・モビリティ財団発行の「運輸・交通と環境」データに基づき算出しています。

廃棄物削減とリサイクル

さまざまな創意工夫で、業務に伴って発生する廃棄物の排出量削減・リサイクル推進に取り組んでいます。引越事業では、全国で不用品買取サービスを開始。リサイクル・リユースをさらに進めました。

送り状からユニフォーム、廃タイヤ、物流機材までリサイクルを進めています

ペットボトルから作られたエコマーク制服を導入

ヤマト運輸(株)では、全国の事業所から排出される廃棄物総量の把握に努め、継続して排出量削減とリサイクル率向上に取り組んでいます。2010年度の廃棄物発生総量は62,803tで、前年比97.4%となりました。リサイクル率は66.2%で、前年を1.5%上回りました。

保存年限を経過した宅急便の送り状(配達票・売上票)

■主要品目のリサイクル量(ヤマト運輸)

| 対象品目 | リサイクル量 | | |
|----------------|---------|---------|---------|
| | 2008年度 | 2009年度 | 2010年度 |
| クール宅急便蓄冷剤(t) | 203 | 195 | 210 |
| 使用済み乾電池(t) | 18 | 37 | 19 |
| 送り状(t) | 2,366 | 2,021 | 1,507 |
| ユニフォーム(t) | 34.1 | 35.6 | 41.0 |
| 古紙(t) | 6,967 | 5,706 | 4,564 |
| ロールボックスパレット(本) | 174,777 | 151,083 | 169,116 |
| コールドボックス(本) | 52,379 | 52,085 | 56,497 |

については、2004年からゼロエミッションリサイクル達成を目標に取り組んでいます。またセールスドライバーのユニフォームは2009年6月より、ペットボトルから作られたエコマーク取得の制服とし、2010年度は380,625着を貸与しました。使用済みのユニフォームは回収し、車の内装部品などにリサイクルしています。

廃タイヤ再生もスタート

さらに、ロールボックスパレットなどの物流機器、乾電池、クール宅急便使用「蓄冷剤」など、業務に関わるあらゆる物についてリサイクルの可能性を追求しています。

2011年4月からは、車両整備会社やタイヤ販売会社にすべて任せていた廃タイヤ処理について、可能な限り中古タイヤに再生するスキームを作り、運用を開始しました。4月の回収本数は8,000本、そのうち再生タイヤ3,200本(再生率40%)となっています。

引越時の不用品買取サービスをスタート

ヤマトホームコンビニエンス(株)(以下、YHC)では、2010年11月1日より、全国で不用品買取サービスを始めました。

これまで、引越時の不用品の引き取りは、引越時という限定付きで許認可は不要でしたが、まだ使える家財を処分するため、お客様から処分費用をいただかなければなりません。リサイクル品の買い取りには、古物商として都道府県公安委員会の許可が必要ですが、YHCでは2009

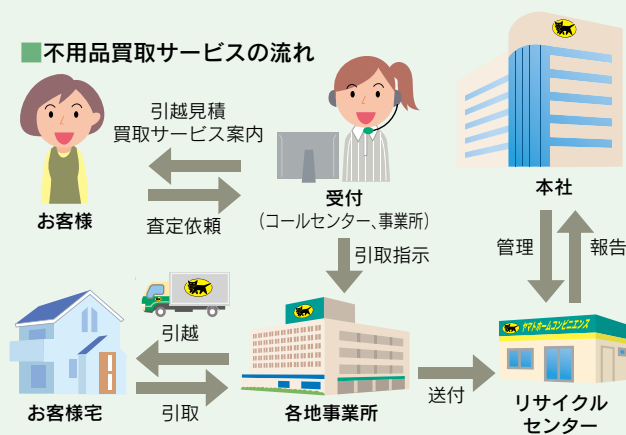


リサイクルセンターは全国13カ所に展開

年度末より各都道府県ごとに許可を申請し、全国で買取サービスを実施する体制を整えました。

引越と同時に買い取ることでお客様の手間を軽減、家財量が減ることで引越費用も削

■不用品買取サービスの流れ



減、家電リサイクル料金の負担がなくなるなど、お客様にとってメリットがあるだけでなく、ゴミの削減、不用品の再生利用などリサイクル・リユースの観点からも環境にやさしいサービスです。

環境コミュニケーション・グリーン購入

地域の方々とのコミュニケーションを深める大切な機会として、地域の環境関連イベントに積極的に参加し、ヤマトグループの環境保護活動をご紹介します。またグループ各社でグリーン購入を推進しています。

環境コミュニケーション

「物流効率化セミナー」で講演

2011年3月9日、国土交通省中部運輸局主催「物流効率化セミナー」にヤマト運輸(株)名古屋守山支店の加納正裕支店長が講師として参加。バス停方式集配のための駐車許可証の取得や、新スリーターでの集配などについて、自らの体験を交えて語りました。



環境に配慮した集配に大きな関心が集まりました

次世代新スリーターの研究に協力

ヤマト運輸(株)泉佐野支店は、大阪府立佐野工科高等学校に電動自転車・リヤカー一式を貸し出しました。高校生たちは大阪産業大学などと連携し、電動アシスト自転車のバッテリーに水素発生装置や燃料電池から電力を供給する仕組みの次世代新スリーター開発に挑戦しています。



次世代新スリーターの開発、楽しみです

「神戸カーライフ・フェスタ2011」に出展

ヤマト運輸(株)関西支社・西大阪主管支店・兵庫主管支店は、2011年5月14日～15日に神戸メリケンパークで開催された「神戸カーライフ・フェスタ2011」(環境省、神戸市、JAF主催)にハイブリッドのウォークスルー車を出展しました。環境性能に優れた仕様は、来場者の大きな関心を集めました。



体験乗車人数は2日間で370名でした

地球にやさしい物流を考えるディスカッションに参加

2010年12月10日、日本物流団体連合会他主催「第9回 グリーン物流パートナーシップ会議」のパネルディスカッションにヤマト運輸(株)CSR推進部の藤口英治部長が出席。車両を使わない集配やゴミの出ないリターナブル資材などヤマトの環境戦略について紹介しました。



宅急便受取指定などの取り組みには高い評価をいただきました

グリーン購入

ヤマトグループ各社では、ヤマトグループ環境保護宣言に基づきグリーン購入を推進しています。

ヤマトフィナンシャル(株)では、2004年度よりグリーン購入推進への取り組みをスタートしました。

- 全支店が「グリーン購入記録簿」により購入実績を報告
- 文房具購買管理システム「べんりねっと」の利用を全社で推進

- 普通紙から再生紙やエコリングペーパーへの切り替えを推奨
- 社員の意識啓発のため、説明や報告を徹底などの施策により、2004年度には63.2%だったグリーン購入比率は、2010年度には80.3%まで上昇しました。今後も地球環境委員会を中心として、グループ全体で循環型社会に貢献する購買を推進していきます。

社 会



ヤマトグループは、株主、お客様、地域の皆様、パートナー、社員とのコミュニケーションを広く行い、互いの共存共栄を実現します。

ヤマトグループ「企業姿勢」より

[コミュニケーションの充実と共存共栄]

ヤマトグループは、株主、お客様、地域の皆様、パートナー、社員とのコミュニケーションを広く行い、互いの共存共栄を実現します。

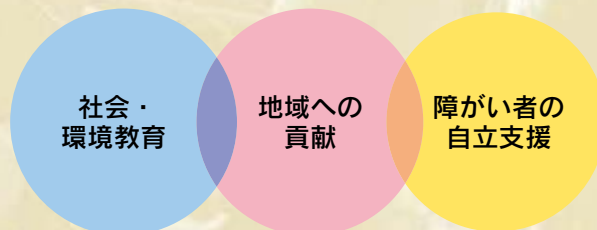
ヤマトグループは、さまざまなステークホルダーと広くコミュニケーションを行います。そして、「ヤマトが果たすべき社会的責任」を意識した事業活動を推進し、社会とともに持続的に発展する企業を目指します。また、障がいのある方の自立を願い、応援します。

ヤマトグループの社会貢献活動

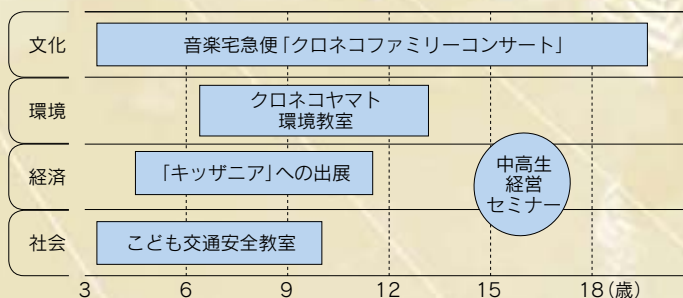
豊かな地域づくりに貢献することは、地域における企業市民としての使命であり、ヤマトグループの成長と発展の基盤です。

ヤマトグループの社会貢献活動のテーマは3つ。地域に根づいて事業活動を展開するヤマトであればこそできる『地域への貢献』、子どもたちに「文化の楽しさ」「社会のしくみ」や「環境の大切さ」などを伝え、健全な育成をサポートする『社会・環境教育』、そしてヤマト福祉財団と連携して取り組む『障がいのある方々の自立支援』です。

■ヤマトグループの社会貢献活動



■「社会・環境教育」への取り組み





地域の皆様 とともに

地域の皆様とともにヤマトグループはあります。「社会・環境教育」、「地域への貢献」そして「障がい者の自立支援」をテーマとして、事業特性を活かしたさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

社会・環境教育 こども交通安全教室

[2010年度]1,374回開催、約14万人の子どもたちが参加

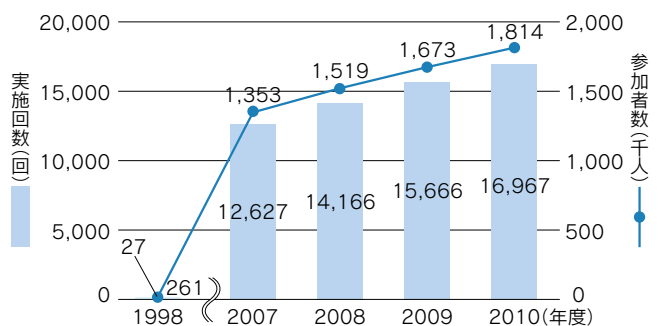
子どもの交通事故防止を願い、ヤマト運輸(株)では1998年より、地域の子どもたちに交通ルールや交通安全への知識を伝える「こども交通安全教室」を全国各地で実施してきました。セールスドライバーを中心とした社員が地元の保育所・幼稚園に出向き、動物の着ぐるみなどを用いて楽しく、分かりやすく交通安全について指導します。

2010年度は1,374回開催し、約14万人の子どもたちが参加。累計では開催回数約1万7,000回、参加者数約180万人となっています。また、この取り組みはヤマトグループ内各社にも広がっています。



左/小学校1,2年生に実施(野木町立新橋小学校/栃木主管支店 2010.10.6) 右/ヤマトグローバルエクスプレス(株)では2010年度に13回の「こども交通安全教室」を開催しました(北広島かおり幼稚園/北日本主管支店 2010.7.8)

■「こども交通安全教室」実施状況累計推移 (ヤマト運輸)



社会・環境教育 中高生経営セミナー

[2010年度]33名の高校生が参加

2010年8月～2011年1月、ヤマト運輸(株)は「第5回中高生経営セミナー」を開催しました。世界最大の経済教育団体「ジュニア・アチーブメント」との共同企画で、生徒が自分と社会との関わりや働く目的を知り、自らの意思で進路を決定・開拓する契機となることを目指しています。

習⇒グループワーク(2～4回)⇒ヤマト運輸本社でのプレゼンテーションという流れでセミナーを実施しました。

今回は、東京電機大学高等学校、都立東久留米総合高等学校、聖徳大学附属女子高等学校(初参加)、女子聖学院高等学校(同)から計33名が参加。課題を選び、事前学

参加した生徒からは、「経営視点で物事を考えるということを知る貴重な機会だった」「話し合いを重ねるごとにメンバーとの結束も強まり、発表を終えた時の達成感が大きい」などの感想が寄せられています。



プレゼンテーション

「全国離島交流中学生野球大会」への協賛を続けています

2010年8月19日～21日、鹿児島県・種子島で開催された「国土交通大臣杯 第3回全国離島交流中学生野球大会」。会場には昨年より1チーム多い全17チームが参集し、白熱した試合を繰り広げました。ヤマト運輸(株)は、大会が目指す、「離島の未来を担う少年少女の交流、夢と希望と勇気をもつ大切さ、離島を誇りに思う心の醸成」を応援し、第1回から協賛。今回も全離島に及ぶネットワークを活かして参加選手の荷物の配送を行いました。



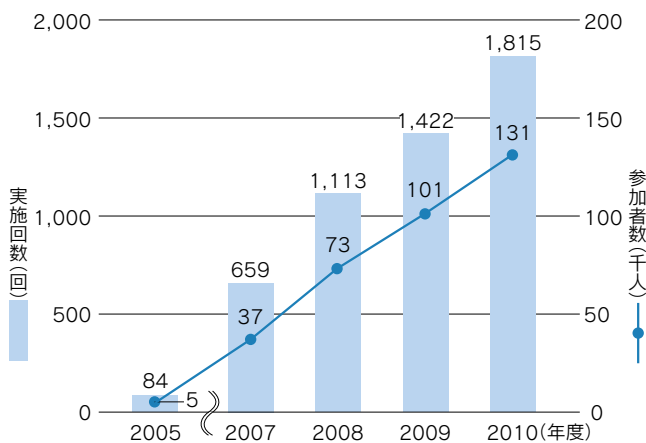
決勝戦を制したのは島根県・隠岐の島あんやらず(奥)。準優勝の地元・種子島中学校(手前)と固い握手を交わしました

社会・環境教育 クロネコヤマト環境教室

[2010年度]393回開催、約3万人の子どもたちが参加

次世代を担う子どもたちへの環境教育をサポートするヤマト運輸(株)の「クロネコヤマト環境教室」。2005年10

■「クロネコヤマト環境教室」実施状況累計推移



※「ヤマトグループCSR報告書2010」P39で、「クロネコヤマト環境教室」の2009年度累計開催数を1,423回としていますが、正しくは1,422回でした。訂正してお詫び申し上げます。

月のスタートから5年を経て、2010年度には累計で開催回数1万8,000回、参加者数13万人を超えました。

教室のテーマは地球温暖化。子どもたちにも身近なクロネコヤマトの地球温暖化防止策を通して、環境を守ることの大切さ、一人ひとりの行動の大切さを実感してもらいたいと考えています。副読本・パネル・紙しばい・スライドなどを使って学んだあとは、実際にヤマトの低公害車や新スリーターを見学。各主管支店が独自の工夫をこらして楽しい教室を開いています。



左/楽しい紙しばいは低学年の子どもたちに人気です(高知市立朝倉小学校/高知主管支店 2010.8.23) 右/スライドで地球温暖化について学ぶ(尼崎市立浜小学校/西大阪主管支店 2011.5.16)

社会・環境教育 クロネコファミリーコンサート

[2010年度]10公演、1万4,000人以上のお客様がご来場

「本物の、いい音楽を、年齢や地域を越えてすべての人々にお届けしたい」。そんな願いを込めてヤマトグループがお届けしてきた音楽宅急便「クロネコファミリーコンサート」は、2010年に25周年を迎えました。

コンサートのプログラムは、フルオーケストラによる“クラシックの名曲”の演奏を中心に、地域の子どもの合唱団との共演、リクエスト曲の演奏、指揮者体験などバラエティ豊か。オーケストラと観客が一体となる、感動のひと時を体験していただいています。

2010年度は、北海道から九州まで全国10カ所で開催。これまでの25年間(1986年～2010年)に通算で257回、延べ約38万人の方々をお招きしています。



子どもたちの合唱団とフルオーケストラの共演(島根県民会館大ホール/島根県松江市 2010.7.21)

指揮者体験プログラム「君もマエストロ」(ニトリ文化ホール/北海道札幌市 2010.6.14)



社会・環境教育 「キッザニア東京」「キッザニア甲子園」へのパビリオン出展

「キッザニア東京」(東京都江東区豊洲)、「キッザニア甲子園」(兵庫県西宮市)は、子どもたちがさまざまな仕事に挑戦し、楽しみながら社会の仕組みを学ぶ体験型施設。

ヤマト運輸(株)の「宅配センター」パビリオンでは、子どもたちがセールスドライバーになって、子どもサイズのウォークスルー車や台車で宅急便の集配を行います。この体験を通して、子どもたちに挨拶やマナー、真心を込めたサービス、仕事を最後までやりぬくことの大切さなどを学んでもらいたいと考えています。

キッザニア東京では2010年10月から全工程を英語で

行う「E@K(English@KidZania) アクティビティ」をスタートしました。英会話の完成度ではなく、異なる文化や言語を学ぶ楽しさを提供していこうという企画で、ヤマト運輸のパビリオンも参加しています。



小さなセールスドライバーたちが、ちょっと緊張しながら荷物をお届け

ヤマト運輸(株)

中学生が配達体験



【西埼玉主管支店ピオニウォーク東松山出張所】には2011年2月8日、所沢市立山口中学校の2年生8名が職場体験にやってきました。スタッフとペアを組んでショッピングモール館内配送センターからテナントに荷物を配達。緊張気味の生徒をスタッフが丁寧に指導します。なにより大事なのは、荷物を大切に扱うこと。初めてのPP(集配用携帯端末)操作にとまどったりしながらも、慣れるにつれて明るい笑顔になりました。最後はスタッフからお土産の贈呈と皆で記念撮影。テナントの店員さんたちからいただいた「ありがとう」の言葉が心に残る1日でした。

救命力世界一シンポジウム



【西大阪主管支店】は2010年9月11日、大阪府豊中市で開催された「救命力世界一シンポジウム」に参加しました。救急隊数・救急救命士数の面積あたりの割合が全国トップレベルの豊中市。セールスドライバー約1,500名への救命講習実施の功績が市から評価され、主管を代表して生産性向上推進責任者(当時)の藤村達也課長がシンポジウムに出席し、エピソードを披露しました。

今後も新人ドライバーの救命講習会参加を推進し、地域の安心に貢献する活動を継続していきます。

交通安全チラシを配布



【茨城主管支店】では2010年7月から「交通安全お届け作戦」を展開。受付時や配達時に交通安全チラシ20万枚を配布し、セールスドライバーがお客様に声掛けをしています。この活動により茨城県警より感謝状が授与されました。

【中部支社】でも愛知県警からの要請により、配達時に交通安全啓発チラシ「県警交通安全便」を手渡す活動が始まりました。配達時には「交通事故に気をつけて」と声掛けもしています。お客様と直接対面するという日々の仕事を通して地域の安全を守る活動に貢献し、また自らの安全運転の意識も高めていきます。

お年寄り、子どもたちを見守る



岩手県西和賀町で

【岩手主管支店】で「まごころ宅急便」が始まりました。湯田センターとスーパーと社会福祉協議会が連携したお年寄りの買い物支援と安否確認の取り組みです。電話注文の商品をお届けの際、ご本人が元気かどうかをセールスドライバーが確認し、社会福祉協議会に報告します。

【岡山主管支店】では「こども110番」のステッカーを貼った集配車での稼働が始まりました。県および県警本部に協力し、子どもたちへ「おはよう」「おかえり」と声を掛けるなど、地域の安心に心を配ります。

ほかにも各地で、地域に密着した見守り活動が始まっています。

警察庁長官賞受賞



集配車のフロントには、取り組みをアピールするミニポスターと駐車許可証

【愛知主管支店名古屋東・千種支店】と愛知県警との連携によって生まれた「駐車許可証」取得による「バス停方式」は、安全で環境にやさしい手法として警察内部の会議などでも高い評価をいただきました。駐車場所が固定されたことで集配に集中できるようになり、駐車違反・安全運転への意識の高まり、走行距離削減、さらには車両台数削減などの効果が明らかになり、このヤマト発の取り組みが同業他社へも広がった功績から、ノミネート3度目にして愛知県警が警察庁長官賞を受賞しました。

地元の祭りで



【新東京主管支店】は2010年7月25日、地元の祭り、羽田神社祭礼・連合渡御に参加しました。みこし13基、担ぎ手3,000人、見物客3万人の賑わいの中、見物客に冷たいレモン水やうちわをお配りし、セールスドライバーたちはみこしの担ぎ手を引き受け、地域の方々から「ヤマトさん良かったよ!」と声を掛けていただきました。

今後も「地域住民との融和」を心掛け、積極的に地域の活動に参加していきます。

ヤマトグループ各社では、地域の皆様と協力し、全国各地で環境保護活動・社会貢献活動を継続して行っています。その一部をご紹介します。

ヤマトグローバル エクスプレス(株)

長年の旗振り活動に感謝状

ヤマトグローバルエクスプレス(株)では、地域の交通安全サポートのため通学路での旗振り活動を全国で展開しています。



中部主管支店の八田和明安全指導長(当時)は、4年半前から近隣小学校通学路の信号交差点で「旗振り」を継続。2011年6月、その活動に対して名古屋市教育委員会より「学童交通・生活安全功労者」として感謝状をいただきました。

「はじめは不安や照れくささもありましたが、地域の方が快く受け入れてくれ、無理なく続けることができました。全国でやっていて、私だけが特別ではありません。それでもこのように評価されたことが仲間の励みになれば幸いです」

今は後任の安全指導長がその役目を引き継ぎ、子どもたちの安全を見守っています。

ヤマト ロジスティクス(株)

日展「親子鑑賞教室」に協力



ヤマトロジスティクス(株)美術品輸送カンパニーでは2010年11月、社団法人日展が子どもたちに芸術文化に親しんでもらおうと開催している「親子鑑賞教室」に3回にわたって協力し、作品のトラック輸送や保管などについて子どもたちに説明しました。

普段は見ることのできない作品搬入の様々や美術館のバックヤードに興味津々の子どもたち。美術作品の輸送専用トラックの中に入り、どのように作品が運ばれるのか実際に体験しました。

美術品輸送カンパニーはこれからも、芸術文化の振興に協力していきます。

沖縄ヤマト運輸(株)

子どもの交通事故撲滅を願って



沖縄ヤマト運輸(株)では、毎年各事業所で「子ども交通安全教室」を開催しています。

2011年6月28日には、名護市立羽地幼稚園にて、大宜味センター・名護センター共催で実施。ドライバーたち12名がさまざまなグッズを駆使して分かりやすく、楽しく、安全な行動と交通ルールを子どもたちに教えました。

プログラムは、「車両周辺の危険認知」「横断歩道の正しい渡り方」「運転席からの死角認知」。中でも、実際に集配車両の運転席に座って目とミラーで確認させる死角認知は、子どもたちを大いに驚かせていました。

ヤマト ボックスチャーター(株)

エコキャップでワクチンを

本社を中心に地球環境保護の取り組みの一環としてNPO法人エコキャップ推進協会の運動に協力しています。

ペットボトルのキャップ800個をゴミ処分すると6,300gのCO₂が発生しますが、リサイクルすれば「ポリオワクチン」1人分を購入し、世界の子どもたちに届けることができます。

各事業所から本社に届けられたエコキャップは2011年5月末までに39,400個。一人ひとりの協力が大きな成果につながっています。



ヤマト システム開発(株)

「こども110番の家」



東陽町オフィスは「こども110番の家」のボランティア活動を展開しています。ステッカーを貼り、子どもたちがトラブルに巻き込まれそうになった時、身の危険や不安を感じた時に直ちに駆け込んでもらう場所となることを知らせています。

安全で住みやすい街づくりを目指して、地域の皆様と一体になって、犯罪の未然防止に努めていきます。

「集める運動」



「日本国際ボランティアセンター」から感謝状をいただきました

2010年3月から、使用済みの切手やプリペイドカードなどを収集する「集める運動」を実施しています。

集まった善意の品々は、NPO法人「日本国際ボランティアセンター」にお渡しし、生態系に配慮した農業による生活改善や環境教育に役立てられています。

今後も「集める運動」などさまざまな社会貢献活動を実施していきます。



障がい者の自立支援

公益財団法人ヤマト福祉財団の活動

(公財)ヤマト福祉財団は、宅急便の生みの親であり、ヤマト運輸(株)の元会長である故・小倉昌男が、引退後に私財を投じて、1993年に設立しました。「地域社会から信頼される企業」というヤマトグループの企業姿勢に基づき「障がい者の自立支援」に活動内容を絞り込んでいる当財団は、グループの社会貢献活動を担う別働隊として機能しています。

「障がい者によるクロネコメール便配達事業」

ヤマト運輸(株)とヤマト福祉財団は、2004年10月より「障がい者によるクロネコメール便配達事業」に取り組んでいます。

ヤマト運輸のメール便配達業務を障がい者に仕事の場として斡旋するもので、契約主体は施設や事業所となりますが、業務内容や1冊当たりの配達委託単価(賃金)は健常者と同じです。グループ就労のため障がいに応じた作業分担ができ、地域の人々とふれあうことで社会参加への自信が

つくというメリットもあります。

2010年度は、障がい者本人による特別報告会「私を、待っていてくれる人がいます」を東北と大分で開催。報告者の働く自信や誇り、喜びの声がまっすぐに会場に伝わり、大きな反響を得ることができました。2011年3月末現在、全国で344カ所の施設・事業所が参入し、1,265名の障がい者が配達に従事しています。



スワンベーカリー

障がいのある人もない人も、ともに働き、ともに生きていく社会の実現——このノーマライゼーションの理念を実現させるために、1998年、ヤマト福祉財団がヤマトホールディングス(株)とともに設立したのが(株)スワンです。「障がい者を特別視しない雇用」を追求し、すでに最低賃金以上の給与を確保。カフェでは、バリスタの資格をもつ障がい者の時給が健常者を凌ぐなどの逆転現象も起きました。

2011年3月現在、直営店3店、チェーン店24店を全国に展開し、303名の障がい者が経済的に自立して社会参加を果たしています。



「障がい者の働く場 パワーアップフォーラム」

障がい者が働く福祉施設・事業所の職員を対象に開催してきた「パワーアップセミナー」を2010年度よりリニューアル。対象を障がい者の働く場に関心のある方とし、従来の少人数による宿泊型研修から1日開催、1会場200人のフォーラム形式としました。名称も「パワーアップフォーラム」と改めています。初年度は全国7カ所で1,396名が参加し、理事長による基調講演や、小倉昌男賞歴代受賞者の現在の取り組みなどに熱心に耳を傾けました。また現地シンポジストを加えたシンポジウムでは、障がい者の働く場での現状と課題を明らかにし、好転を図るための実践課題や政策課題を深め合うことで明日の行動へとつなげています。



ヤマト自立センター スワン工舎新座

2005年にヤマトグループが設立した社会福祉法人ヤマト自立センターは、2006年5月に埼玉県で最初の就労移行支援事業所「スワン工舎新座」を開設しました。

スワン工舎の目的は、「障がい者の地域社会での自立」。経済的な裏づけを伴う、真の意味での「自立」です。

パンの製造販売とクリーニングというスワン工舎の事業を通じて、就労に必要な知識・技術の習得、就労先とのマッチング、さらに就労後の定着までをバックアップし、一般就労への移行を支援しています。

スタート以来2011年3月までに累計90名が入所、うち56名が一般企業で元気に働いています。

その他

● 助成事業 (2010年度)

- ・障がい者の自立や社会参加に取り組む事業・活動に対する一般助成 87件、計6,800万円
- ・障がいのある大学生への奨学金 34名、各人年間60万円

● 「ヤマト福祉財団 小倉昌男賞」の贈呈

障がい者の仕事づくりや雇用の創出、拡大、労働条件の改善などを積極的に推し進め、障がい者に働く喜びと生きがいをもたらしている人の中から毎年2名の方に「ヤマト福祉財団 小倉昌男賞」を贈っています。

夏のカンパ

2010年度の「夏のカンパ」(ヤマト労連・ヤマト運輸労働組合共催)は、ヤマトグループ約17万人の社員から届いた5,715万円がヤマト福祉財団と、病気や事故、災害などで親を亡くした子どもたちを物心両面で支援する「あしなが育英会」に贈られました。カンパ累計総額は9億円を超えています。

社員とともに

ヤマトグループの約17万人の社員が、それぞれの個性と能力を十分に発揮できるよう諸制度を整備。障がい者雇用、高齢者再雇用も進めています。働く喜び、活力と熱気、そして思いやりに満ちた職場の実現に努めています。

社員の「主体性」を重視する人事・教育研修制度

ヤマトグループは、「企業姿勢」に「働く喜びの実現」を定めています。社員一人ひとりが「ヤマトグループの社員として、自ら判断し、積極的に行動する」という自律性と自発性を発揮する、活力と熱気に満ちた、社員と家族が夢と誇りのもてる企業を目指します。

人事制度

ヤマトグループ各社では、公正な処遇により、社員一人ひとりが能力を十分に発揮できる人事制度を構築し、運用しています。役職者への登用では、4年次以降の社員が自ら手を挙げて立候補するヤマト独自の制度を設け、グループ各社で多くの意欲ある若い役職者が誕生しています。また、新事業提案制度「Yamato Business Pioneer」では、斬新なアイデアを持つ社員の新ビジネスへの挑戦を、グループ全

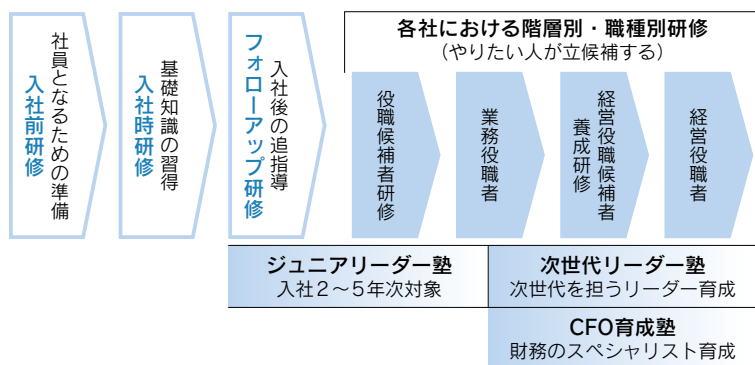
体でサポートする体制を整えています。

教育研修制度

教育制度についても、ヤマトグループは社員の「主体性」を重視しています。例えば、新しい事業の経営を担うリーダー育成を目的としている「次世代リーダー塾」の参加も、原則手を挙げた者が受けられる仕組みとなっています。このようにやる気のある社員を支援する教育制度を会社として整えています。

2010年9月6日～7日、ヤマトロジスティクス(株)では、BIZ-ロジフォーメーションのグループ会社に所属する女性社員を対象に、2回目となる「女性キャリアデザインセミナー」を開催。先輩女性社員の体験談や外部講師の講義、グループワークなどを通して、22名が今後のキャリア設計について学び、考えました。

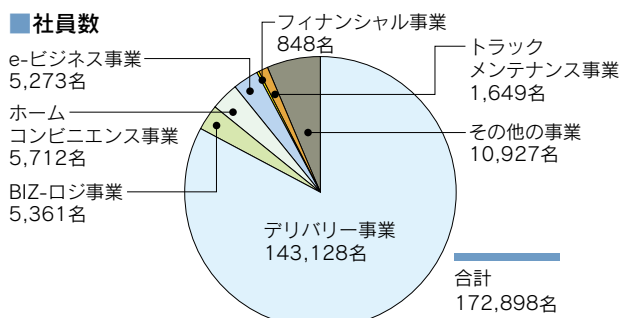
■ヤマトグループの人材育成



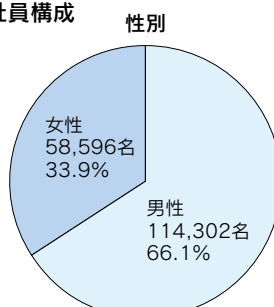
女性キャリアデザインセミナー。参加者からは「人生・キャリアなどを見つめなおす良い機会になった」などの声が寄せられました

雇用の状況 (2011年3月31日現在)

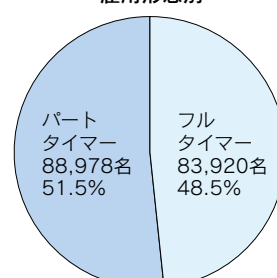
■社員数



■社員構成



雇用形態別



多様な人材がいきいきと働く職場へ

ワーク・ライフ・バランスの実現

ヤマトグループでは、58,596名（2011年3月31日現在）の女性が日々の業務に携わっています。これは全体の約34%に当たります。処遇に男女の区分はありません。

また、社員が育児・介護と仕事を両立できるように、さまざまな支援制度を整備しています。育児短時間勤務は子どもが小学校4年生終了時まで取得することができ、介護休業の上限365日、介護短時間勤務の上限4年間など、いずれも法定期間を上回る設定として、社員のワーク・ライフ・バランスをサポートしています。

2011年5月15日現在、190名が育児休業を取得、280名が育児短時間勤務を利用しています。

■ 育児・介護の支援制度（ヤマト運輸）

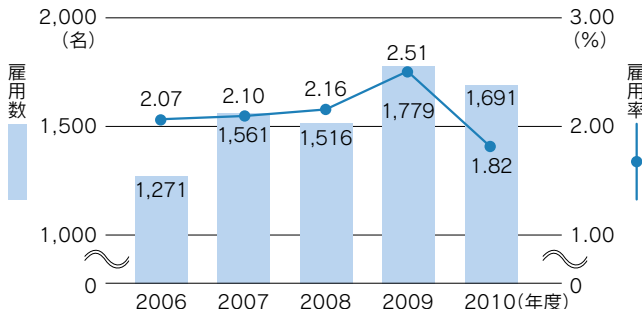
| | |
|----------|---|
| 育児休業 | ・配偶者も育児休業を取得の時は、子どもが1歳2カ月を迎えるまで取得できる ・事情によって2歳の誕生日まで延長可能 |
| 子どもの看護休暇 | ・就学前の子どもについて1人であれば年5日、2人以上の場合は年10日まで取得できる |
| 育児短時間勤務 | ・子どもが小学校4年生終了時まで申請の上で取得できる ・1日4時間・5時間または6時間の勤務 |
| 介護休業 | ・対象家族1人につき、通算365日を上限として取得できる |
| 介護短時間勤務 | ・対象家族1人につき、最長4年間取得できる ・1日4時間・5時間または6時間の勤務 |

障がい者雇用

ヤマトグループは、その企業姿勢に「障がいのある方の自立を願い、応援します」と表明。障がい者の雇用創出に継続して取り組んでいます。

2010年度の障がい者雇用は1,691名。障がい者雇用率は法改正により1.82%と下がりましたが、民間会社の法定雇用率（1.8%）を上回る水準で推移しています。

■ 障がい者雇用率推移



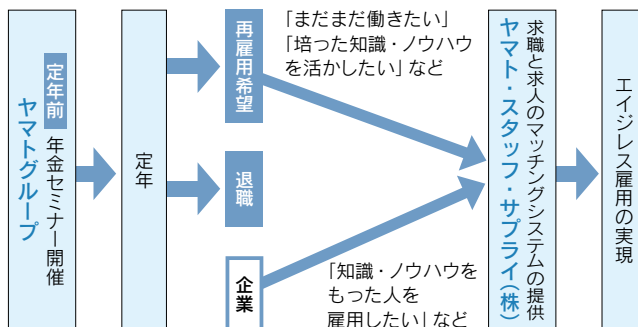
高齢者再雇用

2010年度のヤマトグループの定年退職者は800名を超える規模です。ヤマト・スタッフ・サプライ(株)では、定年後

に再雇用希望者を登録し、本人の希望と適性を鑑みて、グループ内外の企業へと派遣しています。

高齢者再雇用は、長年培われた安全・サービスなどの高いスキルをグループ内に伝承・存続させていくという大きな意味をもちます。また、高いスキルをもった人材は、ヤマトグループ以外の企業でも大きな戦力となっています。

■ 高齢者再雇用フロー



新たな働き方への試み——テレワーク

2010年度、ヤマトシステム開発(株)では、テレワークという新たな働き方を導入しました。自宅や外出先など、オフィス以外の場所で仕事ができる新しい勤務形態です。個人の時間が増えることによるワーク・ライフ・バランスの向上、通勤の負担軽減、生産性の向上などの効果が見込まれており、育児中の社員を中心に利用が始まっています。

テレワークを利用して、仕事と生活の調和を図る

育児休業から復帰し、テレワークと育児短時間勤務を利用しています。出社する日は打ち合わせや社内外の調整を中心に行い、テレワークで勤務する日は資料作成など一人で集中して作業を行います。仕事にメリハリがつき、効率化できるメリットがあります。また、子どもを保育園に預けているのですが、テレワークの日は送迎に余裕ができ、子どもとの時間を楽しむことが次の日のパワーとなります。東日本大震災で交通網が大幅に乱れた際は、特例として連続でテレワークを認めてもらいました。有事の際に自宅で勤務ができ、家族の生活も守ることができるという点で、非常にすぐれた制度だと感じました。

今後もテレワークをうまく利用し、仕事を効率化しながら自分なりの生活スタイルを築いていきたいと思っています。

ヤマトシステム開発(株) 人事戦略室 人事総務グループ
アシスタントマネージャー 吉村 晃子

心と身体の健康を守る

2010年9月、ヤマトグループは、社員一人ひとりが「健康力」を高め、豊かな社会の実現に貢献することを目的として「ヤマトグループ健康宣言」を策定しました。「生活習慣病」「メンタルヘルス」「禁煙」への取り組みを主軸として、社員の健康づくりを推進していきます（P10参照）。

社員の意欲向上と職場の活性化を図る諸制度

「満足ポイント制度」の継続で 褒めあい、育てあう文化が根付いてきました

お客様・社員・社会に対して多くの満足を創造するために、ヤマト運輸(株)が2008年11月にスタートした「満足ポイント制度」。自分が創造した満足に対する①仲間からの評価、②自分で立てた目標に対する自己評価、③会社(本社・支社・主管支店)からの評価をポイント化し、「満足BANK」に貯めていくことで、各自が創造した満足の量や中身を確認できるシステムです。

満足ポイントが貯まると満足クリエイターとして認定され、ポイント数に応じて、ダイヤモンド・金・銀・銅のバッジを贈呈、さらにポイント獲得上位者は式典にて表彰します。2010年度は、満足BANKを積極的に推進・活用した事業所にも特別賞を送りました。受賞したのは、満足バッジ所有率100%の南魚沼コールセンターと、満足BANKへの累計投票率第1位の徳島主管支店です。

2010年度は全社員の約8割が少なくとも1回の投票を行い、合計37,048名(前年度13,786名)の満足クリエイターが誕生しました。満足ポイント制度浸透による褒める文化の醸成は、社員の仕事への意欲を高め、ヤマトファン賞(P45



～46参照)の受賞者増加や荷物事故の減少など、品質面にも良い影響を及ぼしています。

満足ポイント制度表彰式

満足バッジ贈呈者数 (名)

| | ダイヤモンド | 金 | 銀 | 銅 | 計 |
|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
| 2010年度 | 774 | 2,596 | 6,965 | 26,713 | 37,048 |

挑戦と成果を称える業績表彰制度

ヤマト運輸(株)では、毎年度上期と下期の2回、対象期間内に成果を出した任意の成功事例を事業所やプロジェクト単位で表彰する業績表彰制度を設けています。「『目的』と『取り組み』と『成果』の間に明確な因果関係がある」などの評価基準で選考し、特に優れたグループには社長賞が授与されます。2010年度は、814件のエントリーがあり、社長賞は計13件でした。また、半年間を通じて交通事故・労災事故・作業事故・荷物事故・クレームの発生件数ゼロを達成したセンター21店には「特別賞」が贈られました。

2010年度業績表彰エントリーと受賞数 (件)

| | エントリー | 社長賞 | | 支社長賞 | 特別賞 |
|----------|-------|------|---------|------|-----|
| | | 事例表彰 | ソリューション | | |
| 2010年度上期 | 428 | 6 | 0 | 115 | 10 |
| 2010年度下期 | 386 | 6 | 1 | 112 | 11 |
| 計 | 814 | 12 | 1 | 227 | 21 |

全社員対象の提案制度「クロネコたまご」

「クロネコたまご」は、ヤマト運輸(株)のすべての社員が業務改善や新商品に関する提案をすることができる制度です。他の社員の提案に対して、投票・意見を行うこともできます。2011年4月にリニューアルし、より参加しやすい制度となりました。改善や新商品に結びつくと判断された提案は「ヒント賞」、さらに実現に至った提案は「明日のヤマト賞」となり、社長名で表彰されます。

2010年度「クロネコたまご」応募と受賞数 (件)

| | 応募 | 明日のヤマト賞 | ヒント賞 |
|--------|-----|---------|------|
| 2010年度 | 766 | 18 | 73 |

業務改善プロジェクト

全員参加型「やる気の出る朝礼」への取り組み

ヤマトパッキングサービス(株)エクスポートファクトリーカンパニー(以下、EFカンパニー)では、2010年11月26日～27日、各事業所の工場長を対象とした業務改善プロジェクト「やる気の出る朝礼」研修を実施しました。

研修の結果、生産性向上のために全社員で行う朝礼の意義を再確認したものの、「伝える」ことの難しさが懸念材料として浮上。そこで参加者全員で朝礼のシミュレーションを実施し、言う側・聞く側の立場をそれぞれ体験して、「伝わる朝礼」のポイントを実感しました。

その成果は「朝礼マニュアルDVD」に記録され、EFカンパニー共通の新朝礼方法として導入。全員参加型の朝礼は、生産数値などへの意識の向上、作業意欲の向上など大きな成果を生み、朝礼の重要性が確実に全事業所に浸透しつつあります。



全員参加型朝礼。「伝える」「伝わる」ことを何よりも重視します

お客様 とともに

ヤマトグループの社員一人ひとりが、それぞれの業務の中で「お客様の満足」を追求。お客様の声に学び、ご要望に的確に応えて、十分に満足していただける商品・サービスの実現に取り組んでいます。

日々お客様満足を追求

生活シーンにおける便利さ・快適さに対するニーズ、そしてビジネスシーンでの一貫性のある物流ソリューションに対するニーズの深まりは、常にヤマトグループにとって挑戦すべき課題です。

グループ社員一人ひとりが、「どうしたらお客様に満足していただけるか」を常に考え、より良いサービスやビジネスモデルを提供して、日々お客様満足の創造に取り組んでいます。

お客様のために——すべてのステージで品質向上に取り組む

2010年度は先の中期経営計画「満足創造3か年計画」の最終年に当たり、ヤマト運輸(株)では、事業のあらゆるステージにおいて、お客様満足創造のための品質向上に取り組んできました。「お客様を心を込めてお迎えする環境整備」「お客様からのお電話に即応」などの課題を掲げ、全社員が各職場でお客様の期待を上回る、お客様に十分満足していただけるサービスの実現に取り組んだ結果、お客様からお褒めをいただいた社員に贈る「ヤマトファン賞」の増加などさまざまな成果を生んでいます。

2011年からの中期経営計画「DAN-TOTSU 3か年計画HOP」においても、ヤマト運輸はデリバリーフォーメーションの副題として「満足創造Advance」という言葉を加え、さらにお客様満足創造への取り組みを前進(Advance)させていくことを表明しています。

お客様の声から学ぶ

ヤマト運輸(株)では、日々Eメールやコールセンターへの電話により、ご要望やお叱りなど多くのお客様の声をいただいています。お客様の声は、「顧客対応管理システム」を通して現場の責任者へ情報伝達し、対応にモレがないかの履歴を残し管理するとともに、商品・サービスについてどんなご要望が多いのかを分析し、商品設計の見直し等に役立てています。今後もお客様の声に耳を傾け、お客様のご要望に沿える商品・サービスが提供できるように努めていきます。



コールセンター

ヤマトファン賞より

「三重苦」の中でも素晴らしい対応！

東京都杉並区
K・T様

当店は美容室。だらしない印象の方の出入りは好みません。鈴木さんはいつもハキハキした対応・笑顔・きちんとした制服の着こなすと、何においても素晴らしい方です。

本日、あると思った代引きの料金が不足、再度ご足労いただくのも申し訳ないと思いつく近くのセンターに行くと言いました。すると「近くを走っていますから、また来ます」とさわやかに言ってくれたのです。当方も接客業。これは見習わない！と思いました。ヤマトが一番忙しいと思われる時期に、猛暑・大雨という最悪のコンディション。三重苦ともいえる状況下でこの対応はさすがです。

お客様にとってベストな対応を考えています

阿佐ヶ谷パールセンター セールスドライバー
鈴木 史朗

主に商店街を担当しているので、開店準備中や接客中のお時間を避けて商品を配達しています。年配の方へはゆっくりと話しかけるなど、コミュニケーション面でも自分なりの工夫を実施。

特別な対応ではなく、セールスドライバーとして当たり前のことをしたまですが、お褒めをいただき大変うれしいです。今後もTOKIOのCMイメージに負けないよう頑張るぞ！



電話対応品質の向上のために

2010年度には、(財)日本電信電話ユーザ協会主催の「電話対応コンクール」へ全国から218名が出場しました。68名が都道府県大会へ駒を進め、京都主管支店代表の浅岡ひろみオペレーターが見事全国大会へ進出。全国のオペレーターが個々のスキルアップと日々の業務に活かせるようにという願いを胸にコンクールに臨みました。

また各支社でも、接客対応スキルを磨き、笑顔がお客様に伝わるような対応を目指して社内コンクールの開催が進んでいます。



関西支社が開催したオペレーターコンクール、授賞式にて (2010.6.22)

お客様からのお褒め「ヤマトファン賞」の増加

「ヤマトファン賞」は、お客様にお褒めをいただいた社員に贈られます。対象は、セールスドライバー、サービスセンターのオペレーター、センターでの受付窓口担当などお客様と接するすべての社員です。お褒めの事例は日々の接客業務に活かすためイントラネットで紹介し、受賞者は表彰しています。全社的な品質向上への取り組みにより、受賞者は年々増加。2010年度は前年比124%となる8,283名が「ヤマトファン賞」を受賞しました。

クール品質の追求

ヤマト運輸(株)の主力商品の1つとして、多くのお客様にご利用いただいているクール宅急便。その品質向上のため、航空機による輸送用に航空保冷コンテナを630基導入しました。またクール宅急便の配達時にコールドバッグの使用を徹底し、お客様にクール宅急便を受け取った時のひんやり感を実感していただくため「ひんやり感アップ強化期間」を実施しました。今後もハードとソフトの両面か

ら、クール宅急便の品質のさらなる向上に努めていきます。

宅配ボックスの情報ステータスを追加

加速している宅配ボックスの普及に対応するため、「宅配ボックスにて配達を完了した」旨の情報ステータスを追加しました。今までは、直接手渡して配達したのか、宅配ボックスへ配達したのか、お荷物追跡情報からでは判断できませんでした。お荷物追跡情報からも宅配ボックスへ配達したことが分かるようになり、特に百貨店、スーパーなどの荷主様からご好評をいただいています。また配達した宅配ボックスの番号や暗証番号をシールで印字し、ご不在連絡票への貼り付けができるようになりました。

業界初となるきめ細かなサービスで他社との差別化を図り、さらなる品質向上を図っていきます。

宅急便サービスの進化を支える「クロネコメンバーズ」

お客様に「もっと便利に」「もっと簡単に」宅急便をご利用いただくために、ヤマト運輸(株)が2007年11月にスタートした個人会員制サービス「クロネコメンバーズ」。

スタート以来、お客様のご要望に対応し、また宅急便を受け取る人の利便性をも追求して、次々に新サービスを追加してきました。2010年度は、「宅急便受取指定」で荷物を受け取れるコンビニエンスストアの数を拡大するなどサービスの充実に努めました。

■「クロネコメンバーズ」の主なサービス

| | |
|----------------------|---|
| らくらく 送り状発行サービス | 事前登録されたお届け先やご依頼主の情報を送り状に印字するサービス。直営店などに設置の「ネコビット」*で簡単に送り状を発行。また、インターネット・携帯電話・電話による依頼で、セールスドライバーが携帯端末で印字した送り状持参で集荷に伺う。 |
| 宅急便受取指定 | 宅急便のお届け予定を事前にメールでお知らせし、ご都合の良い受取日・時間帯や受取方法(場所)などを選んでいただく(※利用条件があります)。 |
| モバイルクロネコ メンバーズカード | 携帯電話にクロネコIDとなる2次元コードを画像として保存。これにより、カードなしでもネコビットを利用できる。 |

*ヤマト運輸の直営店に設置されている送り状発行端末。

ニコニコの笑顔が見たくてヤマトを選びます

山形県米沢市
N・S様

米沢中央センターは、どの方も感じが良いです。特に板野さんはいつもニコニコしていてとっても素敵。いつも元気いっぱい「ありがとうございます!」と言ってくれますし、こちらの不手際で荷造りが遅れた時も嫌な顔一つせず「大丈夫ですよ」と待ってくれます。

私の会社ではこれまで、他社さんと併用して荷物を出していたのですが、いつしかヤマトさんをお願いする分が増えてきました。今では板野さんのニコニコ顔が見たくて皆がヤマトさんを選びます。それは彼の元気な笑顔を通じ、心からの感謝の気持ちが伝わってくるから。今日もありがとう!

どんなに大変でもお客様の前では笑顔です

米沢中央センター セールスドライバー 板野 新悟

お伺いすると梱包が終わっていないことが多い荷主様。15分くらいお待ちすることもあります。お客様を焦らせないよう気をつけています。もちろん、笑顔は絶やしません。日ごろから、自分の忙しさや大変さが表情から伝わることはないよう、笑顔で何うと決めているからです。

これからも、より良いサービスでお客様に喜んでいただけるよう頑張ります。



ホームコンビニエンス事業のCS(顧客満足)接客研修とテクニカルドライバー育成

CS接客研修——対象社員全員の受講を完了

引越事業、大型家具・家電製品の配送などを手掛けるヤマトホームコンビニエンス(株)では、基本の徹底による接客品質の向上を目指し、2009年4月よりCS(顧客満足)に特化したCS接客研修をスタート。コールセンターオペレーターなども含む全社員への実施を目標に取り組みを続け、2011年4月までに対象者3,093名の受講を完了しました。

受講者からは「当たり前のことをきちんとやることでお客様の信頼を得ることができると確信しました」「お客様の立場になって考えるということを学びました」などの声が寄せられ、CS研修に対する意識は確実に向上しています。

テクニカルドライバー——仮設住宅で真価を発揮

またヤマトホームコンビニエンスでは、2007年度より大型家具・家電製品の配送や引越の際に、配送からお届け先での取り付け作業までを行う「テクニカルドライバー」の育成を進めています。2010年度までの累計で2,377名(対象社員の86%)がテクニカルドライバー資格(3つ星)を取得。

東日本大震災後には、被災された方々のための仮設住宅への家電製品の配送・セッティングに、全国から駆けつけた延べ330名のテクニカルドライバーたちが全力を挙げて取り組みました。

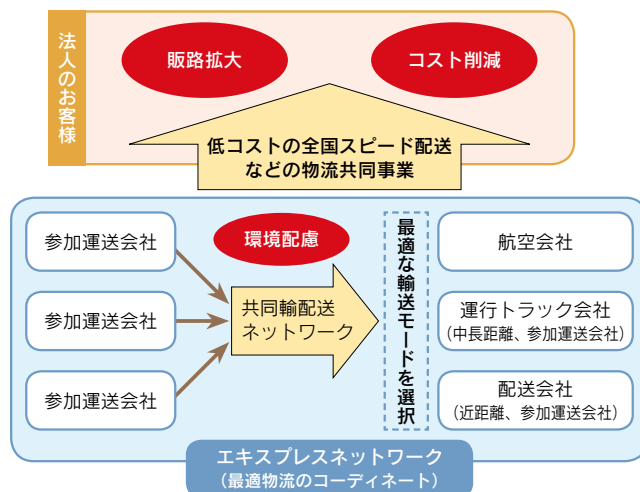
航空貨物輸送における新たな物流ソリューションの進展

国内航空貨物事業者18社(2011年5月現在)との連携で展開する共同事業が、エクスプレスネットワーク(株)(以下、EN)です。

2009年4月の事業開始以来、ENは18社による効率的な航空貨物の集約輸送やトラックの共同輸送により日本全国をつなぐハイスピードかつ低コストの輸配送網を構築し、お客様により高い利便性を提供することで新たな貨物市場を創出してきました。

全国の都市へ当日中に配送する「S-PAT当日便」や主要都市の法人様へ翌朝9時までにお届けする「S-PAT9時便」など、リードタイムの短縮によりお客様の販売先拡大や流通在庫の削減を支援するサービスを提供しています。

■エクスプレスネットワーク(株)の事業イメージ



「消費者のためになった広告コンクール」で銅賞を受賞

リコール・自主回収のためのサービスを提供するヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株)は、「クロネコヤマト・リコールサポートサービス」の雑誌広告で、(社)日本アドバイザーズ協会主催の第50回「消費者のためになった広告コンクール」銅賞を受賞しました。この受賞を励みに、今後も消費者の安心で安全な暮らしに貢献するサービス提供と活動に取り組んでいきます。



大阪ガス様より「ベストパートナー賞」をいただきました

ヤマトシステム開発(株)大阪ロジスティクスセンターでは大阪ガス様のガスメーター物流業務を受託しています。

ガスメーターは非常に精密な機器であり、大阪ガス様とは毎年物流管理目標値を設定し、目標クリアに向けて日々品質向上に努めています。2009年度は過去最高となる高い目標値をすべてクリアし、特に破損・誤配といった事故につながる管理目標値は1年を通じて0件を達成。その実績に評価をいただき、2010年6月、「ベストパートナー賞」の表彰をしていただきました。



大阪ガス様と大阪ロジスティクスセンターのメンバー

パートナー とともに

取扱店、クロネコメイト、運送協力会社など、パートナーとの公正な取引、良好なコミュニケーションはヤマトグループ発展の基盤となります。良きパートナーシップの確立に努め、共存共栄を目指します。

取扱店

コンビニエンスストア、商店、事業所など全国約25万5千店に及ぶ宅急便の取扱店は、お客様とヤマト運輸(株)とを結ぶ大切なパートナーです。ヤマト運輸からは、ヤマトグループの事業活動の動きや新サービス、地域の情報などを随時お伝えし、また取扱店からは、宅急便をご利用いただくお客様の生の声・ご要望を伺うなど双方向コミュニケーションを深め、サービスの向上に努めています。

また、コンビニエンスストアなど一部の取扱店では、お客様が店頭で宅急便を受け取ることもできる「宅急便店頭受取りサービス」が始まっています。



毎日の集荷訪問でコミュニケーションを深めています

クロネコメイト (クロネコメール便委託配達員)

「クロネコメール便」の成長を支えるのは、個人契約の委託配達員であるクロネコメイト (通称メイトさん) です。

ヤマト運輸(株)では、全国で約45,000名を超えるメイトさんとのコミュニケーションを促進し、業務の品質向上を図るため、2006年度より年4回「クロネコメイト連絡会」を全国各地で開催。メイトさん同士のコミュニケーションや、ヤマト運輸からメイトさんへのお知らせ、逆にメイトさんからご意見をいただく場として、配達時の工夫や情報交換など、毎回たくさんの議論が交わされています。

「大切なものをお届けしている」

仕事を始めた当初こそ続けられるのか不安もありましたが、セールスドライバーさんや同僚のメイトさんから声を掛けてもらううちに、一人ではないのだと、不安も吹き飛びました。ヤマトの一員としての誇り、そして「大切なものをお届けしている」というやりがいを感じています。

ヤマト運輸(株) 北大阪主管支店
大道往道センター
倉中 邦子



運送協力会社

ヤマト運輸(株)では、幹線輸送などの一部を一般貨物自動車運送事業者の皆様へ委託しています。すべての運送協力会社と「傭車契約書」を締結し、特に「法定速度の遵守」については書面の取り交わしを徹底しています。

また、ともにお客様の大切な荷物をお運びするパートナーとして「安全第一」を最優先課題にし、安全対策や安全研修なども積極的に実施しています。



運送協力会社のドライバーの方々とのコミュニケーションを大切にしています

株主・投資家 とともに

ヤマトホールディングスではさまざまな情報開示を通じて、株主の皆様との双方向コミュニケーションに努めています。今後も株主・投資家の皆様との対話を行い、企業価値の拡大を図っていきます。

株主様の満足に向けて

情報の開示

ヤマトホールディングス(株)ではホームページ上に「株主・投資家情報」を掲載し、決算関連の情報や、株価情報、説明会資料等の各種情報を、迅速かつ正確に開示するよう努めています。

HP <http://www.yamato-hd.co.jp/investors/index.html>

株主総会

2011年6月28日、第146期定期株主総会を銀座プロツサム(中央会館)にて開催しました。より多くの皆様に議決権を行使いただくために、インターネット上での議決権行使を可能にしているほか、法定よりも1週間早い、総会の3週間以上前に招集通知を送付しています。招集通知および決議通知は日本語版・英語版を用意し、議決権行使結果などの情報とともにホームページに掲載しています。

株主の皆様に対する利益還元

ヤマトグループでは、株主の皆様に対する利益還元を経営の最重要政策の1つと考えており、投資家の皆様の当社に対する収益期待を反映した資本コストの水準を意識した経営を行っています。その一環として、2011年2月17日開催の取締役会において300億円の自己株式取得を決議し、4月26日をもって取得を終了しています。今後も、

ステークホルダーの皆様との対話を通じて企業価値の向上を図りながら、1株当たり利益の継続的な増加に努めています。

株主の皆様とのコミュニケーション

株主の皆様に向けた「アニュアルレポート」「事業報告書」の発行、また機関投資家の皆様との対話などを通じて、情報開示とコミュニケーションの充実に努めています。

【2010年度の活動実績】

- ・決算説明会(3回)
- ・海外IR
(3回:北米、欧州、アジア)
- ・「アニュアルレポート」
の発行(1回)
- ・「事業報告書」の発行(2回)
- ・スモールミーティング



アナリスト説明会(2010.10.29)

社会的責任投資指標について

近年、企業の社会的貢献や環境保全の活動に着目した「社会的責任投資(SRI)」が注目されています。ヤマトホールディングスの株式は2006年3月より「FTSE4Good*指数シリーズ」に組み入れられています。

*FTSE国際社による指標。環境・社会・人権の3つの視点から社会的貢献度を測り、基準に適合した企業を採用する。

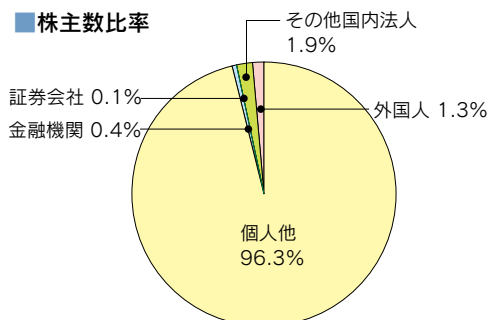


FTSE4Good

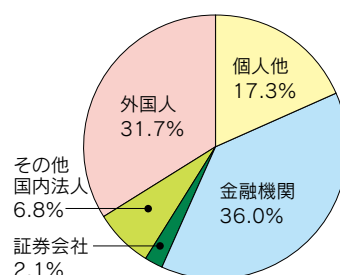
株式の状況 (2011年3月31日現在)

発行可能株式総数 1,787,541,000株
発行済株式総数 468,052,892株
株主数 36,804名

株主数比率



株式数比率



CSR経営の基盤——社会から信頼されるヤマトであるために

「ガバナンスの強化とCSRの推進」は2011年度より新たに始まった長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」における3つの基本戦略のうちの1つです。社員全員が企業理念を共有し、社会から信頼される、高い倫理観をもった企業グループを目指しています。

※ヤマトグループのCSR基本方針についてはP20を参照ください。

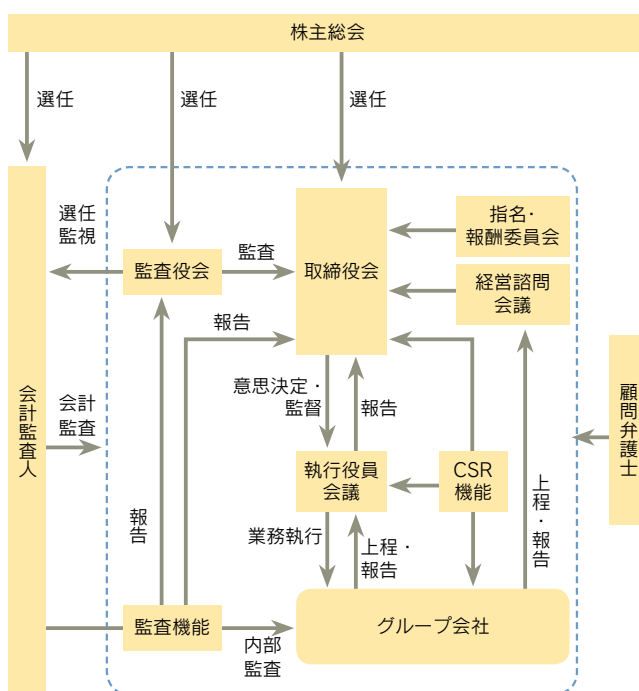
コーポレートガバナンス

純粋持株会社であるヤマトホールディングス(株)およびグループ各社は、経営の健全性を確保し、迅速かつ適正な意思決定と事業遂行を進め、企業価値を高めていくために、コーポレートガバナンスの強化に努めています。

ヤマトホールディングスでは、グループ全体の経営上の意思決定、執行および監督に関わる経営管理組織として、取締役会、経営諮問会議、執行役員会議を設置し、重要事項の意思決定を迅速・的確に行う体制としています。

取締役会は取締役6名（社外取締役2名を含む）にて構成し、事業年度ごとの経営責任の明確化を図るため、任期は1年としています。監査役は、常勤監査役1名と社外監査役3名で監査役会を構成し、重要な会議への出席などを通して取締役の職務の執行を監査しています。また、グループ監査役連絡会を定期的を開催し、主要事業会社の常勤監査役と監査方針・監査方法を協議するなど全社的な監査機能の強化を推進しています。なお、すべての社外取締役と社外監査役について、東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出しています。

■コーポレートガバナンス推進体制



コンプライアンス

内部統制

ヤマトグループでは、グループ全体に健全な企業風土を浸透させ、不正やミスを防止し業務を有効かつ効率的に進めるために、内部統制システムを構築しています。

ヤマトホールディングス(株)は会社法に基づき内部統制システムの基本方針を定め、併せてグループ各社も内部統制の強化を図っています。

さらに2008年4月より適用された金融商品取引法に基づく内部統制報告制度に対応するため、ヤマトグループの主要な会社に内部統制の専任者を配置し、業務ルールの見直しや業務の標準化を進めてきました。また、当社の監査担当と主要なグループ会社の内部監査担当部署それぞれにおいて、業務がルールに従って有効に実施されているかを

チェックし、不具合があれば直ちに改善する体制を構築しています。

なお、2011年3月31日現在のヤマトグループの財務報告に係る内部統制も有効であると判断し、関東財務局へ報告書を提出しています。

コンプライアンスの徹底

ヤマトグループでは、法令や企業倫理にかなった行動を確立し、不祥事を起こさない体制を整えるため、コンプライアンス経営の確立をCSR推進の最優先課題と定め、取り組みを進めています。

社会におけるヤマトグループの責任や姿勢についてまとめた「グループ企業理念」のほかに、「コンプライアンス宣言」を行い、法令および企業倫理などの遵守を宣言して

います。グループ各社の全事業所にコンプライアンス宣言のポスターを掲示し、コンプライアンス違反事例をイラスト等によりわかりやすく説明することにより、コンプライアンスへの意識と注意を喚起しています。

ヤマトグループの役員および社員は、これらに基づき誠実に行動することが求められ、ヤマトホールディングス(株)のコンプライアンス・リスク委員会を中心に、グループ各社のコンプライアンス・リスク管理担当部署がその遵守を推進しています。

また、内部通報制度として「コンプライアンス・ホットライン」や「目安箱」を設け、電話やメールによる通報や相談を通じて、社内リスク情報を直接把握できるようにし、コンプライアンス違反の防止などにつなげています。



ヤマトグループの全事業所に掲示されている「コンプライアンス宣言」ポスター

などを実施するとともに、定期的な意識調査も実施しています。各職場のリーダーや事業責任者を対象としては、職場の倫理観のさらなる向上のため「管理者行動規範」を制定し、配付しています。将来経営に参画していく経営幹部候補者を対象としては、前述の「管理者行動規範」を用いて、管理者としての心得から「グループ企業理念」の再確認、「ヤマトグループのCSR経営とはなにか」というコンプライアンスの基礎に当たる部分を学ぶ研修を行いました。これらの教育により管理者自らによるコンプライアンスを意識した職場づくりの実践を推進しています。

また、会社の事業に影響を与えるリスクを洗い出し、会社全体で効果的・効率的にリスクの軽減・顕在化の予防を行うため、主要なグループ会社の経営層を対象に外部講師を招いてのリスクマネジメント研修を実施しました。リスクの洗い出しから重点リスク項目の決定、改善計画策定までの手法についてこの研修で学び、2011年度よりその手法に沿って効果的なリスクマネジメントに取り組んでいます。



外部講師によるリスクマネジメント研修 (ヤマトグローバルエクスプレス(株))

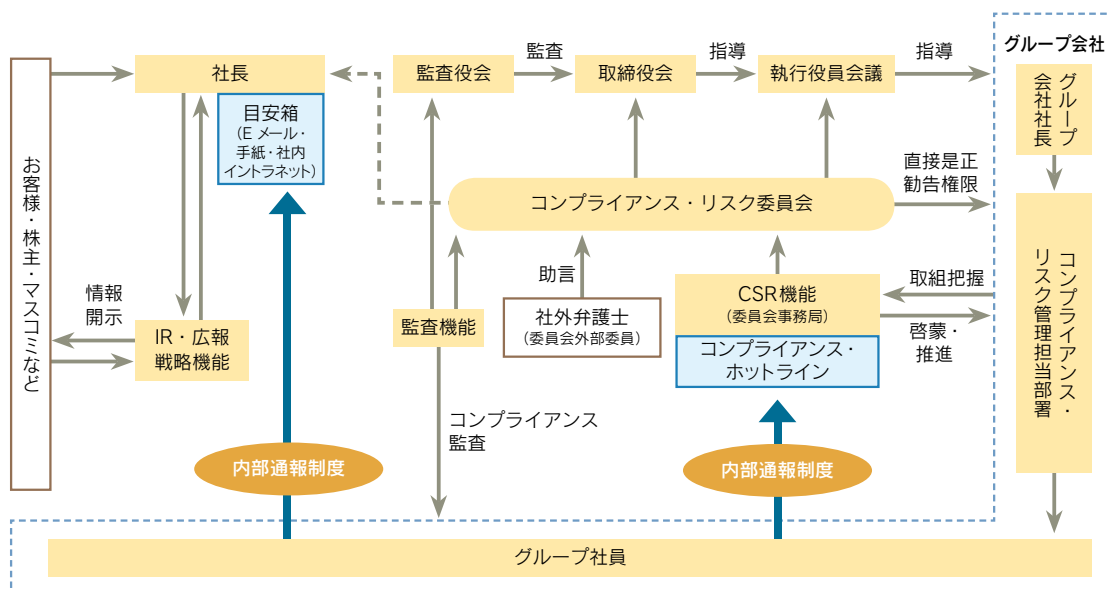


「管理者行動規範」

コンプライアンス教育

リスクに対する感性を磨き、高い倫理観をもった社員を育成するために、ヤマトグループ各社では、「グループ企業理念」に関する教育を推進しています。具体的には社員、役職者への職位別教育、外部講師によるコンプライアンスセミナーを開催しています。社員を対象として、トレーニングシートを用いた教育やグループ企業理念の唱和

■コンプライアンス・リスク管理体制



事業継続計画 (BCP)

宅急便という社会的インフラを担う企業グループとして、不測の事態においても安定したサービスの継続が期待されているヤマトグループでは、2009年5月に発生し

た新型インフルエンザ (H1N1) を契機に、事業継続計画 (BCP) を策定しています。「社員の安全確保」と「宅急便事業の継続」という対応方針に基づいたこのBCPを参

考に、このたびの東日本大震災に際しても対処を行ってまいりました。具体的には、被災した社員・家族の安全確保と生活支援を最優先としながら、輸送ネットワークの早期復旧に取り組みました。

また、今回の東日本大震災での経験を生かし、現行のBCPを「大震災」にも対応できるものへと改良すること

を現在進めています。これは、今後発生する可能性が高く、大規模な被害が予測される東海・東南海地震や首都直下型地震等に備えるためです。被害を最小限にすること、および輸送ネットワークの早期復旧が実現できることを目的に見直し・整備を進めていきます。

情報セキュリティ

ヤマトグループでは、多くのお客様の大切な個人情報をお預かりしています。以前より厳重な管理を行ってまいりましたが、企業の個人情報漏えい事件の続発など社会情勢を鑑み、2003年3月に「情報セキュリティ確保宣言」を行い、「個人情報の保護」「企業情報の守秘義務」「改ざん・隠ぺいの禁止」を重点遵守事項として、情報セキュリティの強化を図ってきました。

ヤマトシステム開発(株)はヤマトグループの大量かつ機密性のある重要な情報を取り扱っており、早くから情報セキュリティへの取り組みを進めています。1999年に「プライバシーマーク」を取得し、2002年、2004年に大阪と東京でそれぞれISMS認証である「ISO27001」を取得。クレジットカード情報を守るためにVISA、JCB、MasterCardなどの国際クレジットカードブランドが策定した国際セキュリティ基準「PCIDSS」へもいち早く対応し、2009年に認定を取得しています。また、経済産業省が発行している「情報セキュリティ監査企業台帳」にも登録し、自社のセキュリティレベルを向上させています。

これからも個人情報の適切かつ安全な取り扱いのために、個人情報保護取扱主任者の増強、第三者によるセキュリティ検査の実施、教育機会の充実などにより、グループの顧客信頼度向上に努めていきます。

その他のグループ会社も社会的要請に応えるため、情報セキュリティに関する各種認証を積極的に取得しています。

■グループ各社のセキュリティ関連認証取得状況(2011年6月現在)

| 認証 | 会社名 | 取得年 |
|--------------------------|-------------------------------------|------|
| JISQ15001 (プライバシーマーク) | ヤマトシステム開発(株) | 1999 |
| | ヤマトフィナンシャル(株) | 2006 |
| | ヤマトコンタクトサービス(株) | 2006 |
| | ヤマトキャリアサービス(株) | 2007 |
| | ヤマトロジスティクス(株) | 2010 |
| | ヤマトマルチメンテナンスソリューションズ(株) | 2010 |
| ISO27001 | ヤマトシステム開発(株) | 2004 |
| | 新東京IDC | 2002 |
| | 大阪IDC | 2002 |
| | クレジットカード非接触型 大型加盟店向けデータ処理サービス | 2009 |
| | ヤマトパッキングサービス(株) | 2005 |
| | 本社(人事総務、生産性品質) | 2005 |
| | ドキュメントロジスティクスカンパニー(東京工場、埼玉工場) | 2005 |
| | ヤマトコンタクトサービス(株) | 2007 |
| | 本社 | 2007 |
| | 足立・埼玉コールセンター 都城インテリジェントコンタクトセンター | 2010 |
| ヤマト包装技術研究所(株) | 関東東京統括支店 | 2008 |
| | オペレーションセンター | 2008 |
| | 包装技術研究所 | 2008 |
| PCIDSS | ヤマトシステム開発(株) | 2009 |
| 情報セキュリティ 監査企業台帳登録 | ヤマトシステム開発(株) | 2004 |

経緯と対応 ヤマト運輸(株)携帯サイトからの個人情報流出

【経緯】

ヤマト運輸(株)の携帯版「クロネコメンバーズのWebサービス」の会員用ログインページについて、一部のスマートフォンを用いて会員番号やパスワードの入力を省略できる「クイックログイン機能」を利用する場合、自分以外の他人の会員ページにログインでき、個人情報を閲覧することができてしまうことが、2010年10月12日に外部専門家からの指摘を受け判明しました。

ヤマト運輸は本件発生の原因を「システムの脆弱性」にあると認識し、早急にシステム不備の修正に取り組みました。

【原因】

通常、携帯電話端末は個別のIDをもち、当該IDとモバイルサイトの会員番号を紐づけてログインするので、他の携帯電話端末で他人の会員ページにログインすることは不可能です。しかし、一部のスマートフォンで特定のアプリケーションを用いた場合、モバイルサイト側に、当該スマートフォンを「特定会員の携帯電話」と誤認させることができ、「ク

イックログイン機能」を用いることで他人のページを閲覧できるようになってしまいます。今回のトラブルは、当該アプリケーションの利用を想定していなかったことが大きな原因です。

【対応】

・個人情報流出状況の確認

外部専門家からの指摘を受けた後、直ちにモバイルサイトの「クイックログイン機能」を停止し、被害調査の確認を実施いたしました。本件システム不備による個人情報流出の被害を確認したところ、1名のお客様の情報が2名のお客様に参照されてしまったことを確認しました。該当のお客様へは事実の報告とお詫び、今後の対応を個別に相談させていただきました。

・システム修正

「クイックログイン機能」の改修を直に行い、入力省略は会員IDに限り可能とすることに変更いたしました。また、システム脆弱性に関する定期的な診断を実施し再発防止に努めております。

第三者意見

NPO法人エコロジーオンライン理事長
NPO法人イオルインターナショナル代表理事

上岡 裕



東北地方太平洋沿岸部を中心に甚大な被害を出した東日本大震災。地震によって起きた大津波が福島第一原発を飲み込み、東日本を中心に深刻な放射能汚染をもたらしました。第二次大戦の敗戦にも擬せられる危機のなかで、企業市民はどんな役割を果たせるのか。多くの企業人がその「解」を求めて奮闘しています。まさに今、この難局にアジャストし、柔軟に変化できる企業が日本に求められていると言えるでしょう。

「ヤマトグループCSR報告書2011」も、そうした社会的な背景のなかで編集され、東日本大震災への対応について詳述されています。大きな話題となった宅急便1個につき10円を寄付するキャンペーンについての報告もあります。実際に純利益の4割にあたる130億円を寄付するという英断にも驚かされましたが、それ以上に、被災した社員たちが自分の手で救援事業を立ち上げ、自治体やボランティアとともに地域での役割を全うしていく姿に心揺さぶられる思いがしました。

データ重視のCSR報告書では表現しづらい社員とお客様との「絆」についても描かれ、「感動」すら伝わってくる内容です。「運送行為は委託者の意思の延長と知るべし」と社訓にありますが、危機的な状況のなかでの「運送行為」が「命」や「希望」さえもつなく「至事」であったことをステークホルダーたちが再確認をした瞬間だったのかも知れません。こうした「感動」をより多くの方と、より永く共有するために、CSR報告書だけで終わらせず、ソーシャルメディアなど多くの方の思いを集めやすいツールの導入を検討するのも良いでしょう。

こうして3.11以降の取り組みについて見ると、マーケティングの世界で起きている変化がそのまま体现されていることに驚かされます。お客様を商品やサービスを購入する相手としてとらえる「消費者志向」から、お客様の全存在に向き合い、心の満足につながる解決策まで提供することが、持続的なブランドの構築につながると言われます。「DAN-TOTSU経営計画2019」に今後の重点施策として盛り込まれた「買い物困難地域におけるネットスーパー事

業の支援サービス」や「独居高齢者の見守り」などは、ラストワンマイルを担う企業としてのブランド力を高めるとともに、日本ブランドの信頼性の向上にも寄与することになるでしょう。

一方、グローバルに視野を転ずると、私たち人類の生存を脅かす地球温暖化防止への取り組みも手を抜くことはできません。「使わない」戦略によって車両を使わず、新スリーターなどで代替する先進的な取り組みに続き、京都で始まった低炭素型の集配システムや、軽商用電気自動車などを積極導入する姿勢は、CO2削減のみならず、ステークホルダーに与える影響という意味でも大きな効果があります。ただ、ヤマト運輸の2010年度のCO2の排出総量が前年より増加していることは忘れないでください。宅急便1個あたりの原単位排出量は2002年度比30%を達成したことは評価しますが、排出総量が増えた原因について、しっかりと分析し、開示していく継続的な努力をお願いします。

羽田クロノゲートの取り組みに代表されるような海外事業についての積極的な投資とそれと並行して展開される文化的な事業はとても魅力的です。ヤマトグループがアジアを中心に活躍することで、きめ細やかな日本型サービスがアジアに浸透して行くことは大きな希望でもあります。その反面、グローバルに展開するにあたって、ダイバーシティの概念を社内に浸透させる努力を怠らないでください。この報告書も現場の声が多数反映された点は評価できますが、まだ男性のみなさんの声が多いように思います。現場で働く女性や海外で勤務する現地の方々の声を受け入れ、個々の事業に反映すると良いでしょう。

最後となりますが、スワンペーカリーに代表されるように障がいを持った方々の雇用の場を確保する取り組みはヤマトグループの大きな財産です。事業を通して社会的な課題を解決する積極的な姿勢こそ今後の日本企業に必要とされるものです。この価値観が今後の復興の鍵を握るとも言えるでしょう。日本を代表するCSRブランドとしてますますの発展を期待しております。

ご意見をいただいて

ヤマトホールディングス株式会社
執行役員 CSR 担当

栗栖利蔵



本報告書への評価と貴重なご意見をお寄せいただき、ありがとうございます。

特に東日本大震災に係るヤマトグループの取り組みについて注目し、高い評価をいただきましたことは、大変励みとなりました。この度の復興支援に係る取り組みを行っていく中で、ヤマトグループの存在意義や社会的使命、すなわち社会的インフラを担い人々の生活を支える責任について、あらためて強く感じています。また、いただきましたご意見は当社の課題を的確にご指摘いただいております。環境数値の分析や開示・ダイバーシティ概念の社内浸透を含め、これからのCSR活動に活かしていきたいと考えています。

ヤマトグループのCSR活動は、「こども交通安全教室」や「クロネコヤマト環境教室」などのように本業に根ざして行われております。今後もヤマトグループならではの社会貢献を実施し、社会から必要とされる企業グループであり続けられるよう努めてまいります。

そして、本報告書をお手に取っていただきました皆様におかれましては、率直なご意見・ご感想を頂戴することができれば幸いに存じます。

編集後記

東日本大震災により、被害を受けられた皆様に心よりお見舞い申し上げます。

本年のCSR報告書では、ヤマトグループの大震災対応について、3つの取り組みを報告いたしました。これらの取り組みは今後も継続して行い、その内容や結果については次回の報告書にてご報告したいと思っています。また今年の特集に加えて、「ピックアップ2010」と題し、ヤマトグループの一年間の活動が一目で分かるようなページを巻頭に設けました。ヤマトグループのCSR活動に初めて触れる方にも「読みやすく、分かりやすいこと」を大切に、これからも報告書を作成していきたいと思っております。

最後になりましたが、読者の皆様ならびにグループ各社でCSR活動に携わる皆様のご協力のもと、今年もCSR報告書を完成させることができましたことを、この場をお借りして心より感謝申し上げます。最後までお読みいただきありがとうございました。

ヤマトホールディングス(株) CSR担当
ヤマト運輸(株) CSR推進部

「ヤマトグループ CSR 報告書 2011」正誤表

| ページ | 該当箇所 | 誤 | 正 |
|------|--------------|-------------|---------|
| p.38 | 右段本文上から 2 行目 | 1 万 8,000 回 | 1,800 回 |

以上、訂正してお詫び申し上げます。

ヤマトホールディングス株式会社 CSR 担当